

الفصل الرابع

عرض ومناقشة النتائج

- عرض النتائج
- مناقشة النتائج

١- تأثير وسائل الإعلام على نشر الثقافة الرياضية لطالبي الجامعات المصرية قيد البحث:-

جدول (١)

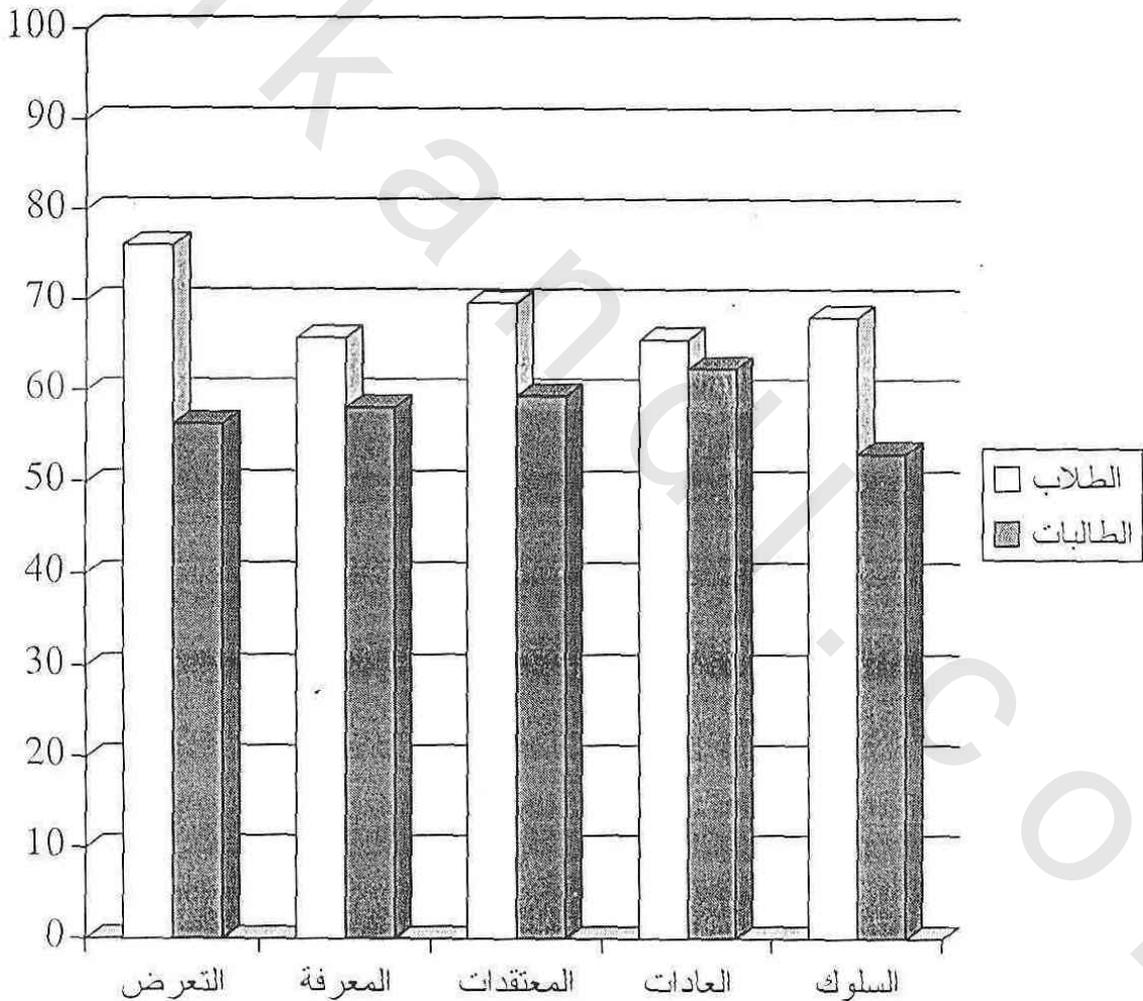
النسبة المئوية وكما لتأثير الصحافة في نشر الثقافة الرياضية لطالبي الجامعات المصرية قيد البحث

م	العبارات	الطلاب				الطالبات				المجموع							
		نعم	احيانا	لا	كأ	النسبة	نعم	احيانا	لا	كأ	النسبة	نعم	احيانا	لا	كأ	النسبة	
١	أولاً : الصحافة المحور : الأول التعرض	٧٢١	٤١١	٣٠٨	*١٩٢	٢٠٩٣	٢٤٧٠	٢٦٣١	*٦٤	٢٠٩٣	٢٤٧٠	٢٦٣١	*٢٠٩	٥٣٢٧	٥٠٧٩	٣٩٩٤	٪٢٣,٨
٢	هل أنت حريص على قراءة الصفحة الرياضية بالصحف المختلفة	٧٢١	٤١١	٣٠٨	*١٩٢	٢٠٩٣	٢٤٧٠	٢٦٣١	*١٩٢	٢٠٩٣	٢٤٧٠	٢٦٣١	*١٩٢	٥٦٦	٥٧٠	٩٣١	٪٢٦,٤
٣	هل تعرفوا الصفحة الرياضية بصحيفتك المفضلة قبل أو أثناء الامتحانات	١٤٤	١٣٢	٨٤	*١٦,٢	١٠١	٥٢	٩٩	*١٠,٦	١٢٠	١٩٥	٤٥	٢٥٤	١٧٢	٢٩٤	٢٥٤	٪٧٠,٤
٤	هل تتابع الصفحة الرياضية لأنها تقدم الألعاب والرياضات التي تتفق مع ميولك ورغبتك	١٧٨	١٢٩	١٠٣	*٣,٢٨	١٠٣	١٢٩	١٧٨	*١٦,٢	١٤٦	١٤٧	٦٧	٣٦	٢٣٠	٢٧٩	٢١١	٪٥٩,٨
٥	المحور الثاني : المعرفة	٤٥٨	٤٩٢	٤٩٠	*١,٥٢	١١١	١٩	٥١	*٢٤	١٢٩	١٢٩	٦٧	٢٤٠	٢٣٣	١٨٠	٣٠٧	٪٧٠,١
٦	هل تقدم الصفحة الرياضية بصحيفتك المفضلة معلومات رياضية مفيدة لك	١٨٦	١٣٢	٤٢	*٨٧,٥	١١١	١٩	٥١	*٢٤	١٢٩	١٢٩	٦٧	٢٤٠	٢٣٣	١٨٠	٣٠٧	٪٧٠,١
٧	هل تهتم الصفحة الرياضية بنشر الأخبار الرياضية أكثر من اهتمامها بتوجيه القراء لأهمية ممارسة الرياضة	٣٥	١٣٨	١٨٧	*٩٨,٩	١١١	١٩	٥١	*٢٤	١٢٩	١٢٩	٦٧	٢٤٠	٢٣٣	١٨٠	٣٠٧	٪٧٠,١
٨	هل متابعتك للصفحة الرياضية تساعدك في معرفة القواعد والقوانين الألعاب والرياضات المختلفة	١٩١	١٢٠	٤٩	*٨٤	١١١	١٩	٥١	*٢٤	١٢٩	١٢٩	٦٧	٢٤٠	٢٣٣	١٨٠	٣٠٧	٪٧٠,١

النسبة المئوية وكما لتأثير الصحافة في نشر الثقافة الرياضية
لطلاب الجامعات المصرية قيد البحث

م	العبارات	الطلاب				الطالبات				المجموع							
		نعم	احيانا	لا	كأ	النسبة	نعم	احيانا	لا	كأ	النسبة	نعم	احيانا	لا	كأ	النسبة	
٩	المحور الثالث : المفردات هل تساعدك الصفحة الرياضية بصحيفتك المفضلة في بناء مفاهيم متطورة للرياضة	٥٠٨	٥٦١	٤٧١	٤٠	٦٩,٨%	٢٧٢	٥٨٨	٥٨٠	١٣٥	٥٩,٥%	٧٧٢	٥٨٨	١١٧٩	٩٥١	٧١	٦٤,٧%
١٠	هل تعمل الصفحة الرياضية بصحيفتك المفضلة على تدعيم القيم والمبادئ الرياضية للقراء	١٢٨	١٣٨	٩٤	٧,٥%	٦٩,٨%	٧٦	١٢٣	١٦١	٣٠,٣%	٥٨,٨%	٢٠٤	٢٦١	٢٥٥	٨٠,١	٦٤,٣%	
١١	هل تعتمد الصفحة الرياضية على الأثر الصفي دون تدعيم للقيم الأخلاقية للرياضة	١٥٨	١٤١	٦١	٤٢,٨%	٧٥,٦%	٨١	١٣٥	١٤٤	١٨,٤%	٦٠,٨%	٢٣٩	٢٧٦	٢٠٥	١٠,٥	٦٨,٢%	
١٢	بعد متابعتك للصفحة الرياضية هل تخرج برأي لممارسة الرياضة	٨٨	١٢٣	١٤٩	١٥,٥%	٦١%	٧٦	١٨٣	١٠١	٣٥,٧%	٦٤,٢%	١٦٤	٢٠٦	٢٥٠	٤٢,٦	٦٢,٧%	
١٣	المحور الرابع : العادات هل تؤكد الصفحة الرياضية بصحيفتك المفضلة على ضرورة أن تكون الرياضة ضمن الممارسات اليومية في حياتك	٤٤٤	٥١٠	٤٨٦	٤,٦٥%	٦٥,٧%	٣٠٨	٦٤٢	٤٩٠	١١٦	٦٢,٥%	٧٥٢	١١٥٢	٩٧٦	٨٣,٧	٦٤,١%	
١٤	هل تؤكد الصفحة الرياضية على أهمية علاقة العادات الغائبة بالأداء الرياضي	٩٥	١٢٩	١٣٦	٧,٧%	٦٢,٨%	٧٧	١٨٣	١٠٠	٣٥,٣%	٦٤,٥%	١٧٢	٢١٢	٢٣٦	٤٠,٩	٦٣,٧%	
١٥	هل تؤكد الصفحة الرياضية على ضرورة ممارسة أنشطة الرياضة للجميع	١٠٧	١٣٢	١٢١	١٣,٤%	٧١,٩%	٧٩	١٧٤	١٠٧	٢٧,٦%	٦٤,١%	١٨٦	٢٢٨	٢٢٨	٣٠,٩	٦٤,٧%	
١٦	هل توجه الصفحة الرياضية كل أفراد الأسرة للانتظام في ممارسة الرياضة	٩٧	١٢٣	١٤٠	٧,٧٨%	٦٢,٧%	٤٣	١٦٨	١٤٩	١٦,١%	٥١,٨%	١٤٠	٢٩١	٢٨٩	٢٢,٥	٥٩,٨%	
١٧	المحور الخامس : السلوك هل متابعتك لما يقدم في الصفحة الرياضية هو الذي يدفعك لممارسة الرياضة	٥٠٦	٤٩٦	٤٣٨	٥,٦	٦٨,٢%	٢٦٤	٣٣٢	٨٤٤	٤١٨	٥٣,٢%	٧٧٠	٨٢٨	١٢٨٢	١٢٣	٦٠,٧%	
١٨	هل متابعتك في الصفحة الرياضية لتفاصيل خبر فوز بطل مصري ببطولة عالمية قد يدفعك ذلك لممارسة الرياضة	٢٦	١١١	٢٢٣	١٢,٢%	٤٨,٤%	١٥	٤٢	٣٠,٣%	٣٩,٦%	٤٠%	٤١	١٥٣	٥٢٦	٥٣٤	٤٤,٢%	
١٩	لو أنك غير مهتم بالرياضة وقرأت مقال في الصفحة الرياضية يبين خطورة السمنة ويوضح بممارسة بعض التمرينات الرياضية من أجل الصحة العامة فهل ستقبل هذه النصيحة	١٥٧	١٣٨	٦٥	٣٧%	٧٥,٢%	٢٢	١١٧	٢٢١	١٦٥	٤٨,٢%	١٧٩	٢٥٥	٢٨٦	٢٥,٣	٦١,٧%	
٢٠	هل تساعدك قراءة الصفحة الرياضية على التوجه للممارسة الإيجابية للأنشطة الرياضية	٢٩٤	٥٥	١١	٣٢,٨%	٩٢,٨%	٢١٦	١٢٥	١٩	١٦١	٨٤,٩%	٤٠	١٨٠	٢٠	٥٠,٢	٨٨,٨%	
		٢٩	١٩٢	١٣٩	٩٣%	٥٦,٤%	١١	٤٨	٣٠,١	٣٩٣	٣٩,٨%	٤٤٠	٢٤٠	٣٣٣	٤٤,٠	٤٤,٨,١%	

يتضح من جدول (٦) أن النسبة المئوية لتأثير الصحافة على طلاب الجامعات المصرية قيد البحث بلغ ٦٣,٨% ، بواقع ٦٩,٢% للطلاب ، ٥٧,٩% للطالبات حيث كانت النسبة المئوية في المحور الأول التعرض ٦٦,٤% بواقع ٧٦,٢% للطلاب ، ٥٦,٤% للطالبات ، وبلغت في المحور الثاني المعرفة ٦٢% بواقع ٦٥,٩% للطلاب ، ٥٨,٢% للطالبات ، وكانت في المحور الثالث المعتقدات ٦٤,٧% بواقع ٦٩,٨% للطلاب ، ٥٩,٥% للطالبات ، بينما بلغت في المحور الرابع العادات ٦٤,١% بواقع ٦٥,٧% للطلاب ، ٦٢,٥% للطالبات ، وكانت في المحور الخامس السلوك ٦٠,٧% بواقع ٦٨,٢% للطلاب ، ٥٣,٢% للطالبات .



شكل (١)

النسبة المئوية وكأ لتأثير الصحافة في نشر الثقافة الرياضية
لطلاب الجامعات المصرية قيد البحث

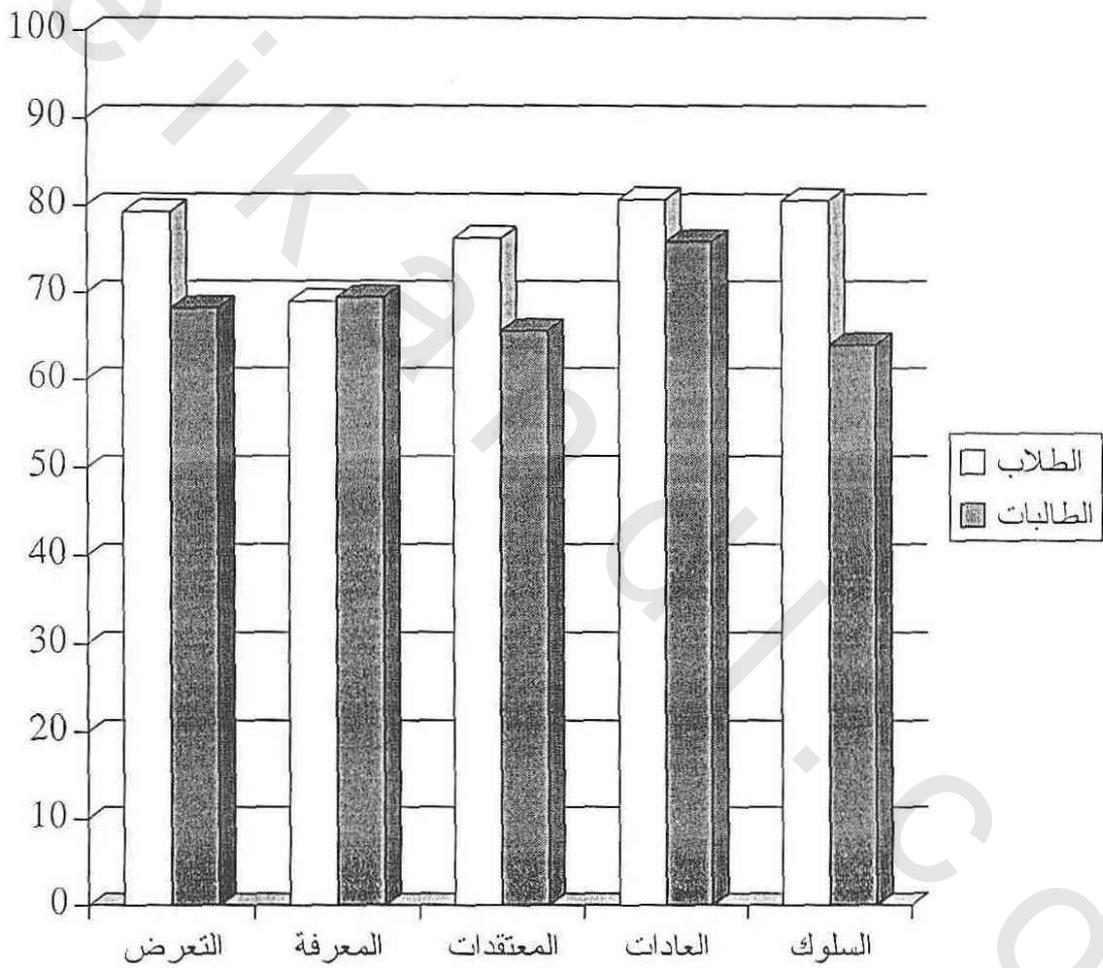
النسبية المئوية وكأس لتأثير التفرغ في نشر الثقافة الرياضية
للطلاب الجامعات المصرية قيد البحث
جدول (٧)

م	الطلاب				الطلبات				المجموع								
	النسبة	لا	حياتا	نعم	النسبة	لا	حياتا	نعم	النسبة	لا	حياتا	نعم					
٢٠	١٠٨٥	١٢٥٧	٢٤٠٣	٣٥٤٠	٧٧,٢	١٠,٨٥	١٢٥٧	٢٤٠٣	٦٨,٦	١١,٦٦	١٩٥٧	٢٨٥٢	٢٣٩١	١٩٥٧	٢٨٥٢	٢٣٩١	
٢١	المحور : الأول التعرف	٣٢٢١	٣٣٤	٤٢٥	٧٨١	٧٩,٣	٣٢٢١	٣٣٤	٤٢٥	٦٨,٢	٤٢,٩	٣٩٢	٥٩١	٤٥٧	٣٩٢	٥٩١	٤٥٧
٢٢	هل تشاهد البرامج الرياضية بالتلفزيون	٣٣٤٨	١٦	٥٩	٢٨٥	٩١,٥	٣٣٤٨	١٦	٥٩	٧٩,٢	٩٩,١	٣١	١٢٢	١٢٧	٣١	١٢٢	١٢٧
٢٣	هل تشاهد البرامج الرياضية المتبعة برنامج رياضى بالتلفزيون	٧٨٢	٤٤	١٧٧	١٣٩	٧٥,٤	٧٨٢	٤٤	١٧٧	٦٣,٩	٦,٣	١٠٠	١٨٩	٧١	١٠٠	١٨٩	٧١
٢٤	هل تشاهد البرامج الرياضية بالتلفزيون لتقديدها الألعاب والرياضات التى تتفق مع ميولك ورغباتك	١٨٢	٤٣	٧٨	٢٣٩	٨٤,٨	١٨٢	٤٣	٧٨	٥٠,٦	١٢,٤	٢٠٥	١٢٣	٣٢	٢٣٤	١٢٣	٣٢
٢٥	المحور الثالث : المعرفة	٣٩٢	٥٥٥	١٧٨	٤٩٣	٦٩	٣٩٢	٥٥٥	١٧٨	٦٩,٥	١٥,٦	٣٥٥	٦٠٦	٤٧٩	٣٥٥	٦٠٦	٤٧٩
٢٦	هل تستفيد من المعلومات التى تقدمها البرامج الرياضية بالتلفزيونية فى حياتك اليومية	١١٢	٢٦	١٥٦	١٧٨	٨٠,٧	١١٢	٢٦	١٥٦	٧٩,٩	١١,٠	٢٦	١٦٥	١٢٩	٢٦	١٦٥	١٢٩
٢٧	هل تهتم البرامج الرياضية بالتلفزيونية بالأخبار الرياضية أكثر من اهتمامها بتوجيه المشاهدين لمعرفة الرياضة	١٣١	١٧٤	٥٥	٥٥	٥٩,٦	١٣١	١٧٤	٥٥	٥٩,٣	٧٤,٣	١٥٥	١٢٢	٤٣	١٥٥	١٢٢	٤٣
٢٨	هل تساهلك البرامج الرياضية بالتلفزيون فى معرفة القواعد والفنون للألعاب والرياضات المختلفة	١٠١	٣٨	١٢٩	١٩٣	٨١	١٠١	٣٨	١٢٩	٧٩,٩	١٠,٤	٢٩	١٥٩	١٧٢	٢٩	١٥٩	١٧٢
٢٩	المحور الثالث : المعتقدات	٢٦٦	٤٨٩	٦٨٥	٦٨٥	٧٦,٣	١٨٣	٢٦٦	٤٨٩	٦١,٣	١١,٣	٤٠٧	٦٦٩	٣٦٤	٤٠٧	٦٦٩	٣٦٤
٣٠	هل تساعد البرامج الرياضية بالتلفزيون فى بناء مفاهيم رياضية متطورة	٤٩,٧	٥٨	١٤١	١١١	٧٦,٢	٤٩,٧	٥٨	١٤١	٦١,٦	١٧,٦	١١٩	١٥٣	٨٨	١١٩	١٥٣	٨٨
٣١	هل تهتم البرامج الرياضية بالتلفزيونية بنشر الأخبار الرياضية دون تدعيم اللقب الاخلاقية للرياضة	٤٨,٧	٦٢	١٢٩	١٦٩	٧٦,٥	٤٨,٧	٦٢	١٢٩	٧٢,٦	٣١,٢	٧١	١٥٣	١٣٦	٧١	١٥٣	١٣٦
٣٢	بعد متابعتك للبرامج الرياضية بالتلفزيونية هل تتخرج برأى لعملية الرياضة	٤٠,٩	٨٧	٩٦	١٧٧	٧٥	٤٠,٩	٨٧	٩٦	١٧٧	٦٣,٣	١١٤	١٦٨	٧٨	١١٤	١٦٨	٧٨
		٥٩,١	٥٩	١٢٣	١٧٨	٧٧,٦	٥٩	١٢٣	١٧٨	٦٢,٨	٧٧,٣	١٠٣	١٩٥	٦٢	١٠٣	١٩٥	٦٢

تابع جدول (٧)
النسبة المئوية وكأ لتأثير التفرزيون في نشر الثقافة الرياضية
للطلاب الجامعات المصرية قيد البحث

م	العبارات	الطلاب				الطالبات				المجموع						
		النسبة	كأ	لا	احيانا	نعم	النسبة	كأ	لا	احيانا	نعم	النسبة	كأ	لا	احيانا	نعم
٣٣	المحور الرابع : العادات هل تؤكد البرامج الرياضية التليفزيونية على ضرورة ان تكون الرياضة ضمن المعاملات اليومية في حياتك	%٨٠,٧	*٣٨٨	١٨١	٤٦٨	٧٩١	%٧٥,٩	*١٨٥	٢٤١	٥٥٨	٦٤١	%٧٥,٣	*٥٣٨	٤٢٢	١٠٢٦	١٤٣٢
٣٤	هل توضح البرامج الرياضية التليفزيونية علاقة العادات الغالبة بالأداء الرياضي المعاملات اليومية في حياتك	%٨٠,٣	*٩٣	٥٢	١٠٨	٢٠٠	%٧٤,٣	*٥٤	١٠١	٧٥	١٨٤	%٧٥,٦	*١٠٤	١١١	٣٠٣	٣٠٦
٣٥	هل تؤكد البرامج الرياضية التليفزيونية على ضرورة ممارسة أنشطة الرياضة للجميع	%٨٠,٦	*٩٧,٨	٥٢	١٠٥	٢٠٣	%٨٣,٥	*١٣٨	٢٩	١٢٠	٢١١	%٨٢	*٢٣٢	٨١	٢٢٥	٤١٤
٣٦	هل توجه البرامج الرياضية التليفزيونية كل أفراد الأسرة للاهتمام في ممارسة الرياضة	%٨٢,٣	*١٢٠	٤٠	١١١	٢٠٩	%٧٤,٨	*٦١	٥٢	١٦٨	١٤٠	%٧٨,٥	*١٤٧	٩٢	٢٧٩	٣٤٩
٣٧	المحور الخامس : السلوك هل متابعتك للأحداث والبرامج الرياضية بالتلفزيون هي التي دفعتك لممارسة الرياضة	%٨٠,٦	*٣٨٣	١٨٤	٤٦٦	٧٩٠	%٦٤	*٢١,٥	٥٦٢	٤٢٨	٤٥٠	%٧٢,٣	*١٣٣	٧٤٦	٨٩٤	١٢٤٠
٣٨	هل متابعتك لأحد الأبطال المصريين وهو يفوز ببطل له عالمية من خلال التليفزيون قد يدفعك لممارسة هذه الرياضة	%٧٤,١	*٢٨,٣	٧٥	١٢٩	١٥٦	%٥٣,٣	*٩٣,٦	١٨٠	١٤٤	٣٦	%٦٣	*٦٠	٣٢٣	١٥٣	٢٤٤
٣٩	لو أنك غير مدرس للرياضة وشاهدت برنامج رياضي يبين خطورة السمعة وينصح بممارسة بعض التمرينات الرياضية من أجل الصحة العامة فهل ستقبل هذه النصيحة	%٩٢,٩	*٤٠,٤	١٥	٤٦	٢٩٩	%٥٣,٣	*٩٣,٦	١٨٠	١٤٤	٣٦	%٦٣,٧	*١٥	٢٥٥	٢٧٢	١٩٢
٤٠	هل تساعدك البرامج الرياضية التليفزيونية على التوجه للممارسة الإيجابية للأنشطة الرياضية	%٧٤	*٨١,١	٤٧	١٨٦	١٢٧	%٩٢,٣	*٥٢٧	٦	٢٩	٣٢٥	%٩٤,٥	*٩٢٧	٢١	٧٥	٦٢٤
		%٧٤	*٨١,١	٤٧	١٨٦	١٢٧	%٦٦,٣	*١٠٣	١٠٠	٢٠٧	٥٣	%٦٨,١	*١٤٨	١٤٧	٣٩٢	١٨٠

بينما يشير جدول (٧) إلى أن النسبة المئوية لتأثير التلفزيون على طلاب الجامعات المصرية قيد البحث بلغ ٧٢,٩% ، بواقع ٧٧,٢% للطلاب ، ٦٨,٦% للطالبات حيث كانت النسبة المئوية في المحور الأول التعرض ٧٣,٧% بواقع ٧٩,٣% للطلاب ، ٦٨,٢% للطالبات ، وبلغت في المحور الثاني المعرفة ٦٩,٢% بواقع ٦٩% للطلاب ، ٦٩,٥% للطالبات ، وكانت في المحور الثالث المعتقدات ٧١% بواقع ٧٦,٣% للطلاب ، ٦٥,٦% للطالبات ، بينما بلغت في المحور الرابع العادات ٧٨,٣% بواقع ٨٠,٧% للطلاب ، ٧٥,٩% للطالبات ، وكانت في المحور الخامس السلوك ٧٢,٣% بواقع ٦٨,٢% للطلاب ، ٦٤% للطالبات .



شكل (٢)

النسبة المئوية وكأ لتأثير انتلفزيون في نشر الثقافة الرياضية
لطلاب الجامعات المصرية قيد البحث

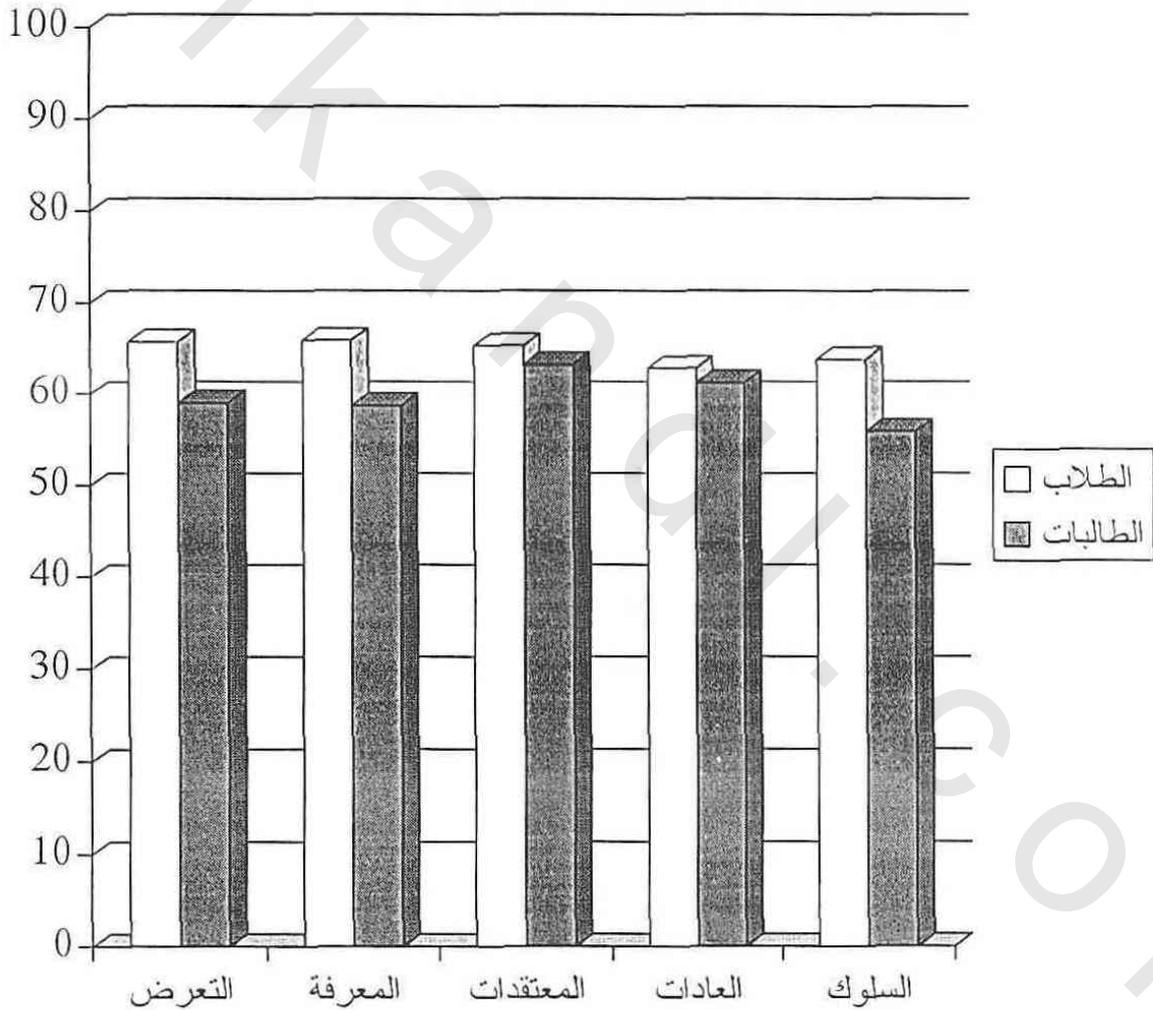
النسبة المئوية وكأثر الإذاعة في نشر الثقافة الرياضية للطلاب الجامعات المصرية قيد البحث

٢	المجموع				الطلاب				الطلاب				العبارات			
	النسبة	كأ	لا	احتما	نعم	نعم	احتما	لا	كأ	لا	احتما	نعم				
٤١	٪١٢,٢	٣٨٣	٥٤٨	٤٩٤	٣٧٥٨	٪٥٩,٨	٤٥٣	٢١٢٩	٤٤١٧	١٦٥٤	٪٦٤,٧	٥٥٠,٤	٢٥١٩	٣٥٧٧	١٠,٤	المحور : الأول التعرض
٤٢	٪٦٢,٨	١٩٢	١٢١	٧١٢	٪٥٩,٩	١٠٠,٣	٥٩١	٥٤٩	٣٠٠	٪٦٥,٧	١,٦١	٥٠,١	٤٧٧	٤٦٢	هل ألت حريص على متابعة الأحداث والرياضية من خلال الإذاعة	
٤٣	٪١٣,٩	٥٧٢	٢١٨	٣٤٢	٪٦٢,٥	٥٧٨,٧	١٠٥	١٩٥	٦٠	٪٦٥,٤	٩٩,٨١	١١٣	١٤٧	١٠٠	هل يوافق والدك على ترك المفكرة لتغطية البرامج والأحداث الرياضية في الإذاعة أثناء الدراسة	
٤٤	٪١٢,٢	٣٨٨,٣	٢٦٨	٢٧٩	١٧٣	٪٦٠	٢٨,٨	١٤٤	٧٢	٪٦٤,٥	٥,٠١	١٢٤	١٣٥	١٠,١	هل تتابع البرامج والأحداث الرياضية من خلال الإذاعة قبل أو أثناء الامتحانات	
٤٥	٪٥٩,٨	١٢٢٤	٣٨١	١٧١	١٦٨	٪٤٩,٢	١٥١	٢٢٣	١٠٢	٣٥	٪٦٤,٣	٣٥,١	١٥٨	٦٩	١٣٣	هل تتابع البرامج الرياضية الإذاعية لأنها تقدم الألعاب والرياضات التي تتفق مع ميولك ورغبتك
٤٦	٪١٨,٣	٢,٩٢	٢٢٥	٢٣٤	٢١١	٪٦٧,٩	٢,١١	١١٩	١٠,٨	١٣٣	٪٦٨,٧	٢,٤٦	١٠,٦	١٢٦	١٢٨	المحور الثاني : المعرفة
٤٧	٪٦٢,٣	١١١١	١١١٩	٦٩٤	١٩٤	٥٨,٧	١٤٩	٦٠٥	٥٧٣	٢٦٢	٪٦٥,٩	١٤,٥	٤٦٢	٥٤٦	٤٣٢	هل تقم لك للبرامج الرياضية الإذاعية معلومات رياضية مفيدة
٤٨	٪١٩,٢	١٧٨	٣٠٩	٢٣٣	٪٦٧,٧	٢٢,٦	٩٣	١٦٢	١٠,٥	٪٧٠,٦	١٦,٨	٨٥	١٤٧	١٢٨	هل تستفيد من المعلومات التي تقدمها للبرامج الرياضية الإذاعية في حياتك اليومية	
٤٩	٪٥٢,٣	٣٩٢	٢٤٦	٨٢	٪٤٧,٦	١١٧,٦	٢٢٧	١١١	٢٢	٪٥٦,٩	٤٨,٧	١٦٥	١٣٥	٦٠	هل تتعمد البرامج الرياضية الإذاعية بالأخبار الرياضية أكثر من اهتمامها بتوجيه المستمعين لمعرفة الرياضة	
٥٠	٪١٥,٦	١٣٧	٢٢٩	٢٨٥	٢٠,٦	٪٥٢,٢	١١٧	١٨٠	١٥٦	٢٤	٪٧٨,٩	٥٧,٧	٤٩	١٢٩	١٨٢	هل تساعدك البرامج الرياضية الإذاعية في معرفة القواعد والقوانين للألعاب والرياضات المختلفة
٥١	٪١٢,٢	٢٨٨,٣	٢٦٨	١٧٣	٪٦٧,٢	٥٧,٣٥	١٠٥	١٤٤	١١١	٪٥٧,٣	٤٥,٣	١٦٣	١٣٥	٦٢	المحور الثالث : المتطلبات	
٥٢	٪١٤,٣	٥٥٤	٩٩٠	٧٨٦	٪١٠,٤	٪٢٨,٤	٥١٧	٥٥٢	٣٧١	٪٦٥,٣	٩٩,٧	٤٧٣	٥٥٢	٤١٥	هل تساعدك البرامج الرياضية الإذاعية في بناء مفاهيم رياضية متطورة	
٥٣	٪١٩,٦	٥٨,٥٣	٢٠٨	٢٧٢	٪٦٩,١	٣,١٥	١٠,٥	١٢٣	١٣٢	٪٧٠	٥,٨١	١٠,٣	١١٧	١٤٠	هل تساعدك البرامج الرياضية الإذاعية على تدعيم القيم والمبادئ الرياضية	
٥٤	٪١١,٨	٣٩,٢	٢٦٧	١٦٢	٪٦٨,٢	٢٠,٢	٩٢	١٥٩	١٠,٩	٪٥٥,٣	١٣,٨	١٧٥	١٣٢	٥٣	هل تعتمد البرامج الرياضية الإذاعية على إتاحة الأخبار الرياضية دون تدعيم للقيم الأخلاقية الرياضية	
٥٥	٪١٢,٤	٤٤,٨	٢٥٣	١٦١	٪١٢,٤	٪٣٢,٥	١٤٧	١٤٤	٦٩	٪٦٥,٣	٢٢,٨	١٠,٦	١٦٢	٩٢	يحد متابعتك للبرامج الرياضية الإذاعية هل تخرج برأي للمدرسة الرياضة	
٥٦	٪١٣,٣	٥١٥	٢٦٢	١٩١	٪١٣,٣	٪٥٢,٧	١٧٣	١٢٦	٦١	٪٧٠,٤	١٣,٥	٨٩	١٤١	١٣٠		

تابع جدول (٨)
النسبة المئوية وكأ لتأثير الإذاعة على نشر الثقافة الرياضية
للطلاب الجامعات المصرية قيد البحث

م	البيانات	المجموع				الطلاب				الطالبات					
		النسبة	نعم	أحيانا	لا	كأ	النسبة	نعم	أحيانا	لا	كأ	النسبة	نعم	أحيانا	لا
٥٢	المحور الرابع : العادات هل تركز البرامج الرياضية الإذاعية على ضرورة أن تكون الرياضة ضمن الممارسات اليومية في حياتك	٥٢	٨٢٨	٨٢٥	١٢٢٧	١١١١	١٩٤	٢٣٨	٢٨٨	٢٠٥	٢٣٤	٢٣٤	٢٣٨	٢٣٤	٢٣٤
٥٤	هل توضح البرامج الرياضية الإذاعية علاقة العادات الخاطئة بممارسة الرياضة	١٩٤	٢٢٢	١٥٧	٣٤١	٧٢٢,٥	٩٩	٩٧	١١٢	١٥١	١١٢	٩٧	١١٢	١١٢	٩٧
٥٥	هل تؤكد البرامج الرياضية الإذاعية على ضرورة ممارسة أنشطة الرياضة للجميع	٢٣٨	٢٢٢	٢٨١	٢٣٤	١٢٢,٢	١٢٩	١٢٩	١٠٦	١٢٥	١٠٦	١٢٩	١٢٩	١٠٦	١٢٩
٥٦	هل توجه البرامج الرياضية الإذاعية كل أفراد الأسرة للاهتمام في ممارسة الرياضة	١٩٤	١٣١	٢٢٥	٣١٤	١١٤	٦٨	٦٨	١١١	١٨١	١١١	٦٨	١١١	١١١	٦٨
٥٧	المحور الخامس : السلوك هل متابعتك للأحداث والبرامج الرياضية الإذاعية هي التي دفعتك لممارسة الرياضة	٢٣٨	٦٨٨	٩٢٠	١٢٧٢	١٢٨٠	٣٢٨	٣٢٨	٣٢٣	٧٨٩	٣٢٣	٣٢٨	٣٢٣	٣٢٣	٣٢٨
٥٨	هل متابعتك لأحد الأبطال المصريين وهو يفوز بطولة عالمية من خلال الإذاعة قد يدفعك لممارسة هذه الرياضة	١١٢	١٤٥	٣٠٣	٢٧٢	١٠٤,١	٤٧	٤٧	٦٠	٢٩٤	٦٠	٤٧	٦٠	٢٩٤	٦٠
٥٩	لو أنك غير متابع للرياضة وتبعيت برنامج إذاعي يبين خطورة السمنة وينصح بممارسة بعض التمرينات الرياضية من أجل الصحة العامة فهل ستقبل هذه التوصية	٢٣٨	٢٩٣	٣٤٩	٧٨	٩١٧	١٢٥	١٢٥	١٠٦	١٦٥	١٠٦	١٢٥	١٠٦	١٦٥	١٠٦
٦٠	هل تساعدك البرامج الرياضية الإذاعية على التوجه للممارسة الإيجابية للأشطة الرياضية	٢٣٤	٣٤	١٤٣	٥٤٣	٥٩٨	٣١	٣١	٤١	٣١٦	٤١	٣١	٤١	٣١٦	٤١

بينما يشير جدول (٨) إلى أن النسبة المئوية لتأثير الإذاعة على طلاب الجامعات المصرية قيد البحث بلغ ٦٢,٢% ، بواقع ٦٤,٧% للطلاب ، ٥٩,٨% للطالبات حيث كانت النسبة المئوية في المحور الأول التعرض ٦٢,٨% بواقع ٦٥,٧% للطلاب ، ٥٩,٩% للطالبات ، وبلغت في المحور الثاني المعرفة ٦٢,٣% بواقع ٦٥,٩% للطلاب ، ٥٨,٧% للطالبات ، وكانت في المحور الثالث المعتقدات ٦٤,٣% بواقع ٦٥,٣% للطلاب ، ٦٣,٢% للطالبات ، بينما بلغت في المحور الرابع العادات ٥٢% بواقع ٦٢,٨% للطلاب ، ٦١,٢% للطالبات ، وكانت في المحور الخامس السلوك ٥٩,٩% بواقع ٦٣,٨% للطلاب ، ٥٥,٩% للطالبات .



شكل (٣)

النسبة المئوية وكأ لتأثير الإذاعة في نشر الثقافة الرياضية
لطلاب الجامعات المصرية قيد البحث

- ٢- عرض دلالة الفروق بين تأثير وسائل الإعلام (الصحافة - التلفزيون - الإذاعة) في نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعات (القاهرة - المنصورة - أسيوط) :-

جدول (٩)

تحليل التباين لتأثير الصحافة في نشر الثقافة الرياضية لطلاب الجامعات قيد البحث

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات	٠,٩٣٩	٢	٠,٤٦٩	٠,٧٩٨
	داخل المجموعات	٢١١,٧٦٠	٣٦٠	٠,٥٨٨	
	المجموع		٤٧٩		
المعرفة	بين المجموعات	٣,٥٣٠	٢	١,٧٦٥	٠,٧٠٣
	داخل المجموعات	٩٠٤,٢٣٢	٣٦٠	٢,٥١٢	
	المجموع		٤٧٩		
المعتقدات	بين المجموعات	١,٥٧٦	٢	٠,٧٨٨	٠,٣٠٤
	داخل المجموعات	٩٣٤,٤٨٢	٣٦٠	٢,٥٩٦	
	المجموع		٤٧٩		
العادات	بين المجموعات	٣,٩٧٦	٢	١,٩٨٨	٠,٥٢٣
	داخل المجموعات	١٣٦٨,٥٧٨	٣٦٠	٣,٨٠٢	
	المجموع		٤٧٩		
السلوك	بين المجموعات	٢,٠٨٤	٢	١,٠٤٢	٠,٧٦٦
	داخل المجموعات	٤٨٩,٣٤٧	٣٦٠	١,٣٥٩	
	المجموع		٤٧٩		

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

ينضح من جدول (٩) عدم وجود فروق دالة احصائياً في تأثير الصحافة على نشر الثقافة الرياضية بين طلاب الجامعات قيد البحث .

جدول (١٠)

تحليل التباين لتأثير الصحافة في نشر الثقافة الرياضية
لطالبات الجامعات قيد البحث

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	٩,٠٢٨ ١٢٣,٠٥٤	٢ ٣٦٠ ٤٧٩	٤,٥١٤ ٠,٣٤٢	*١٣,٢٠٦
المعرفة	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	٧,٢٠٨ ٠,٢٩٢	٢ ٣٦٠ ٤٧٩	٣,٦٠٤ ٠,١٦٧	٢١,٥١٨*
لمعتقدات	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	١٣,٢٠٩ ٢٤١,٥٦٤	٢ ٣٦٠ ٤٧٩	٦,٦٠٤ ٠,٦٧١	*٩,٨٤٢
العادات	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	٣٠,٣٦٧ ٤٤٠,٨٧٨	٢ ٣٦٠ ٤٧٩	١٥,١٨٤ ١,٢٢٥	*١٢,٣٩٨
السلوك	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	٢٥,٦٥٠ ٤٥٨,٣٧٨	٢ ٣٦٠ ٤٧٩	١٢,٨٢٥ ١,٢٧٣	*١٠,٠٧٣

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (١٠) وجود فروق دالة احصائياً في تأثير الصحافة على نشر الثقافة الرياضية بين طالبات الجامعات قيد البحث عند مستوى معنوية ٠,٠٥

جدول (١١)

دلالة الفروق بين تأثير الصحافة فى نشر الثقافة الرياضية لطالبات الجامعات المصرية

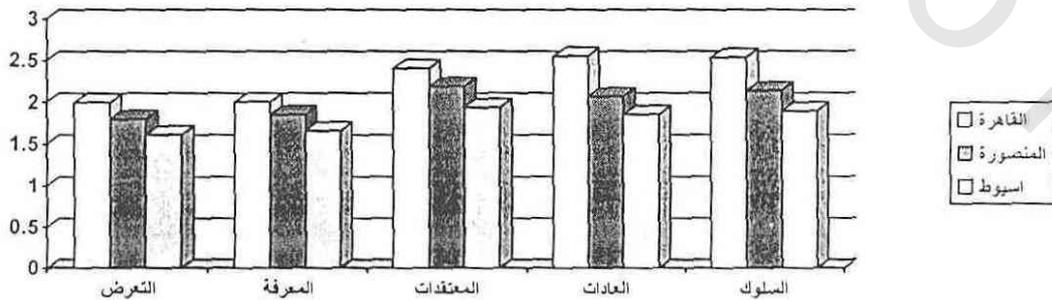
قيد البحث باستخدام الفرق الصادق H.S.D

م	المحاور	الجامعة	المتوسط	الفرق بين المتوسطات			قيمة توكى H.S.D
				القاهرة	المنصورة	اسيوط	
١	التعرض	القاهرة	١,٩٩٢		*٠,٢٠٠	*٠,٣٨٨	٠,١٧٦
		المنصورة	١,٧٩٢			*٠,١٨٨	
		اسيوط	١,٦٠٤				
٢	المعرفة	القاهرة	١,٩٩٨		*٠,١٥٤	*٠,٣٤٦	٠,١٢٩
		المنصورة	١,٨٤٤			*٠,١٩٢	
		اسيوط	١,٦٥٢				
٣	المعتقدات	القاهرة	٢,٣٩٨		٠,٢١٧	*٠,٤٦٩	٠,٢٤٧
		المنصورة	٢,١٨١			*٠,٢٥٢	
		اسيوط	١,٩٢٩				
٤	العادات	القاهرة	٢,٥٤٢		*٠,٤٨٣	*٠,٦٩٤	٠,٣٣٣
		المنصورة	٢,٠٥٨			٠,٢١٠	
		اسيوط	١,٨٤٨				
٥	السلوك	القاهرة	٢,٥٢٩		*٠,٤٠٠	*٠,٦٤٨	٠,٣٤٠
		المنصورة	٢,١٢٩			٠,٢٤٨	
		اسيوط	١,٨٨١				

يتضح من جدول (١١) وجود فروق دالة احصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين طالبات جامعة القاهرة و طالبات جامعة المنصورة فى كل محاور الصحافة عدا محور المعتقدات لصالح طالبات جامعة القاهرة قيد البحث .

بينما يتضح أيضا وجود فروق دالة احصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين طالبات جامعة القاهرة وطالبات جامعة اسيوط فى كل محاور الصحافة لصالح طالبات جامعة القاهرة قيد البحث .

كما يتضح أيضا وجود فروق دالة احصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين طالبات جامعة المنصورة وطالبات جامعة اسيوط فى محاور التعرض والمعرفة والمعتقدات لصالح طالبات جامعة المنصورة قيد البحث .



شكل (٤)

تأثير الصحافة فى نشر الثقافة الرياضية لطالبات الجامعات المصرية قيد البحث

جدول (١٢)
تحليل التباين لتأثير التلفزيون في نشر الثقافة الرياضية
لطلاب الجامعات قيد البحث

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات	٢,٢٣٢	٢	١,١١٦	٠,٤٥٠
	داخل المجموعات المجموع	٨٩٢,١٤٩	٣٦٠ ٤٧٩	٢,٤٧٨	
المعرفة	بين المجموعات	٠,١٣٠	٢	٠,٠٦٥	٠,٢٨٥
	داخل المجموعات المجموع	٨٢,٠١٠	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٢٢٨	
المعتقدات	بين المجموعات	٢,٩٧١	٢	١,٤٨٦	٢,٠١٩
	داخل المجموعات المجموع	٢٦٤,٩٣٢	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٧٣٦	
العادات	بين المجموعات	٦٣,٥٥٣	٢	٣١,٧٧٦	١,٦٣٦
	داخل المجموعات المجموع	٦٩٩٠,٤٤١	٣٦٠ ٤٧٩	١٩,٤١٨	
السلوك	بين المجموعات	٣,١٣٤	٢	١,٥٦٧	٠,٧٢٢
	داخل المجموعات المجموع	٧٨٠,٧٧٠	٣٦٠ ٤٧٩	٢,١٦٩	

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (١٢) عدم وجود فروق دالة احصائياً في تأثير التلفزيون على نشر الثقافة الرياضية بين طلاب الجامعات قيد البحث .

جدول (١٣)
تحليل التباين لتأثير التلفزيون في نشر الثقافة الرياضية
لطالبات الجامعات قيد البحث

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات	١٤,٤٩٣	٢	٧,٢٤٧	*١٠,٨٧٤
	داخل المجموعات المجموع	٢٣٩,٩٠١	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٦٦٦	
المعرفة	بين المجموعات	١١,٧٧١	٢	٥,٨٨٥	*٩,٦١٣
	داخل المجموعات المجموع	٢٢٠,٤٠٦	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٦١٢	
المعتقدات	بين المجموعات	١٥,٢١٦	٢	٧,٦٠٨	*١١,٥٥٥
	داخل المجموعات المجموع	٢٣٧,٠٢٢	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٦٥٨	
العادات	بين المجموعات	٥٢,٤٢٥	٢	٢٦,٢١٢	*٢٢,٥٧٥
	داخل المجموعات المجموع	٤١٨,٠٠٤	٣٦٠ ٤٧٩	١,١٦١	
السلوك	بين المجموعات	٢٨,٠٠٩	٢	١٤,٠٠٤	*١٥,٨٨٧
	داخل المجموعات المجموع	٣١٧,٣٣٣	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٨٨١	

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (١٣) وجود فروق دالة احصائياً لتأثير التلفزيون على نشر الثقافة الرياضية بين طالبات الجامعات قيد البحث عند مستوى معنوية ٠,٠٥

جدول (١٤)

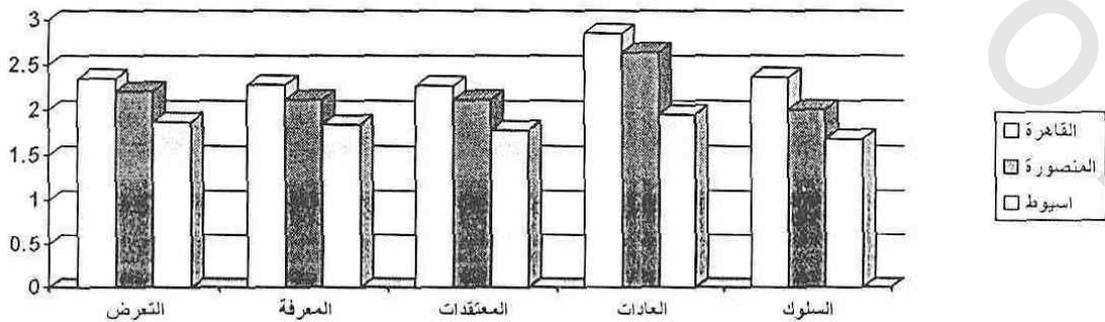
دلالة الفروق بين تأثير التلفزيون في نشر الثقافة الرياضية لطالبات الجامعات المصرية
قيد البحث باستخدام الفرق الصادق H.S.D

م	المحاور	الجامعة	المتوسط	الفرق بين المتوسطات		
				المنصورة	القاهرة	أسيوط
١	التعرض	القاهرة	٢,٣٥١	٠,١٤٠	*٠,٤٧٨	٠,٢٤٦
		المنصورة	٢,٢١١		*٠,٣٣٨	
		أسيوط	١,٨٧٣			
٢	المعرفة	القاهرة	٢,٢٨٣	٠,١٦٢	*٠,٤٣٨	٠,٢٣٦
		المنصورة	٢,١٢١		*٠,٢٧٦	
		أسيوط	١,٨٤٥			
٣	المعتقدات	القاهرة	٢,٢٧٣	٠,١٥٣	*٠,٤٩٢	٠,٢٤٤
		المنصورة	٢,١٢٠		*٠,٣٣٩	
		أسيوط	١,٧٨١			
٤	العادات	القاهرة	٢,٨٤٥	٠,٢٠٤	*٠,٨٩٢	٠,٣٢٥
		المنصورة	٢,٦٤١		*٠,٦٨٨	
		أسيوط	١,٩٥٣			
٥	السلوك	القاهرة	٢,٣٦٧	*٠,٣٥٧	*٠,٦٨٣	٠,٢٨٣
		المنصورة	٢,٠١٠		*٠,٣٢٦	
		أسيوط	١,٦٨٤			

يتضح من جدول (٩) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين طالبات جامعة القاهرة و طالبات جامعة المنصورة في محور السلوك لصالح طالبات جامعة القاهرة قيد البحث ، بينما لا توجد فروق بينهما في باقى المحاور .

بينما يتضح أيضاً وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين طالبات جامعة القاهرة وطالبات جامعة أسيوط فى كل محاور التلفزيون لصالح طالبات جامعة القاهرة قيد البحث .

كما يتضح أيضاً وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين طالبات جامعة المنصورة وطالبات جامعة أسيوط فى كل محاور التلفزيون لصالح طالبات جامعة المنصورة قيد البحث .



شكل (٥)

تأثير التلفزيون فى نشر الثقافة الرياضية لطالبات الجامعات المصرية قيد البحث

جدول (١٥)
تحليل التباين لتأثير الإذاعة في نشر الثقافة الرياضية
لطلاب الجامعات قيد البحث

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات	١,٥٤٨	٢	٠,٧٧٤	٠,٧٦٥
	داخل المجموعات المجموع	٣٥٦,٦٤٢	٣٦٠ ٤٧٩	١,٠١٢	
المعرفة	بين المجموعات	٢,٤٤٢	٢	١,٢٢١	٠,٤٥٢
	داخل المجموعات المجموع	٩٧١,٨١٧	٣٦٠ ٤٧٩	٢,٦٩٩	
المعتقدات	بين المجموعات	٤,٢٥٥	٢	٢,١٢٧	٠,٦٩٦
	داخل المجموعات المجموع	١١٠٠,١٨٣	٣٦٠ ٤٧٩	٣,٠٥٦	
العادات	بين المجموعات	١٣,٧٩٣	٢	٦,٨٩٦	١,٠٤٧
	داخل المجموعات المجموع	٢٣٧٠,١٩٧	٣٦٠ ٤٧٩	٦,٥٨٤	
السلوك	بين المجموعات	٦٣,٣٤٥	٢	٣١,٦٧٢	٠,٨٥٧
	داخل المجموعات المجموع	١٣٣٠٤,٧٢٤	٣٦٠ ٤٧٩	٣٦,٩٥٨	

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (١٥) عدم وجود فروق دالة احصائياً في تأثير التلفزيون على نشر الثقافة الرياضية بين طلاب الجامعات قيد البحث .

جدول (١٦)
تحليل التباين لتأثير الإذاعة في نشر الثقافة الرياضية
لطالبات الجامعات قيد البحث

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات	٦٥,١٣٦	٢	٢٨,٠٦٨	*١٠,٧٧٩
	داخل المجموعات المجموع	٩٣٧,٤٥٧	٣٦٠ ٤٧٩	٢,٦٠٤	
المعرفة	بين المجموعات	٥٠,٥٨٥	٢	٢٥,٢٩٢	*١١,٥٨٠
	داخل المجموعات المجموع	٧٨٦,٢٧٩	٣٦٠ ٤٧٩	٢,١٨٤	
المعتقدات	بين المجموعات	١١٩,٣٤٢	٢	٥٩,٦٧١	*١٩,٣٢٢
	داخل المجموعات المجموع	١١١١,٧٧٨	٣٦٠ ٤٧٩	٣,٠٨٨	
العادات	بين المجموعات	٨٧,٠٢٤	٢	٤٣,٥١٢	*١٤,٦٥٧
	داخل المجموعات المجموع	١٠٦٨,٧٣٦	٣٦٠ ٤٧٩	٢,٩٦٩	
السلوك	بين المجموعات	٣٣,٥٤٥	٢	١٦,٧٧٣	*٧,٣٤٦
	داخل المجموعات المجموع	٨٢١,٩٩١	٣٦٠ ٤٧٩	٢,٢٨٣	

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (١٦) وجود فروق دالة احصائياً في تأثير الإذاعة على نشر الثقافة الرياضية بين طالبات الجامعات قيد البحث عند مستوى معنوية ٠,٠٥

جدول (١٧)

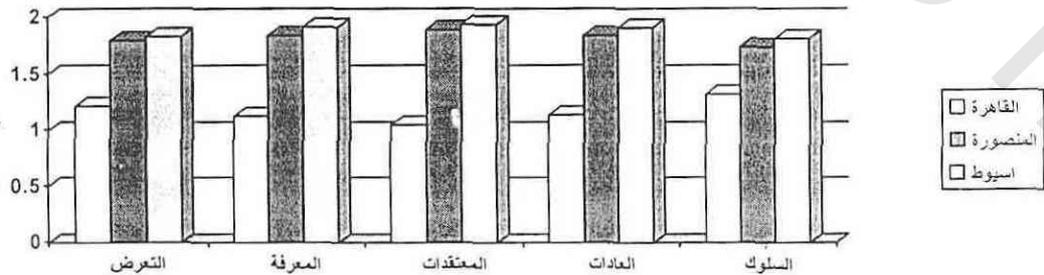
دلالة الفروق بين تأثير الإذاعة في نشر الثقافة الرياضية لطالبات الجامعات المصرية
قيد البحث باستخدام الفرق الصادق H.S.D

م	المحاور	الجامعة	المتوسط	الفرق بين المتوسطات		
				القاهرة	المنصورة	أسيوط
١	التعرض	القاهرة	١,٢٢٣			
		المنصورة	١,٧٩٨			
		أسيوط	١,٨٣١			
٢	المعرفة	القاهرة	١,١٣١			
		المنصورة	١,٨٤١			
		أسيوط	١,٩١٧			
٣	المعتقدات	القاهرة	١,٠٥٢			
		المنصورة	١,٨٩٢			
		أسيوط	١,٩٣٨			
٤	العادات	القاهرة	١,١٤١			
		المنصورة	١,٨٤١			
		أسيوط	١,٩١١			
٥	السلوك	القاهرة	١,٣٢٤			
		المنصورة	١,٧٤١			
		أسيوط	١,٨١٤			

يتضح من جدول (١٧) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين طالبات جامعة القاهرة و طالبات جامعة المنصورة في كل محاور الإذاعة لصالح طالبات جامعة المنصورة قيد البحث.

بينما يتضح أيضا وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين طالبات جامعة القاهرة وطالبات جامعة أسيوط في كل محاور الإذاعة لصالح طالبات جامعة أسيوط قيد البحث .

كما يتضح أيضا عدم وجود فروق دالة بين طالبات جامعة المنصورة وطالبات جامعة أسيوط في كل محاور الإذاعة قيد البحث .



شكل (٦)

تأثير الإذاعة في نشر الثقافة الرياضية لطالبات الجامعات المصرية قيد البحث

٣- عرض دلالة الفروق بين تأثير وسائل الإعلام (الصحافة - التلفزيون - الإذاعة) في نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعة القاهرة :-

جدول (١٨)

تحليل التباين بين تأثير وسائل في نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعة القاهرة

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	١٨,٦٧٢ ٥٣٤,٥١٧	٢ ٣٦٠ ٤٧٩	٩,٣٣٦ ١,٤٨٥	*٦,٢٨٨
المعرفة	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	٠,١٣٨ ٨,١١٨	٢ ٣٦٠ ٤٧٩	٠,٠٦٩ ٠,٠٢٣	*٣,٠٥٤
المعتقدات	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	١٣,٢٠٩ ٤٣١,٠٣٢	٢ ٣٦٠ ٤٧٩	٦,٦٠٤ ١,١٩٧	*٥,٥١٦
العادات	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	٣٠,٣٦٧ ٦١٩,٤٤٢	٢ ٣٦٠ ٤٧٩	١٥,١٨٤ ١,٧٢١	*٨,٨٢٤
السلوك	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	٢٥,٦٥٠ ٥٨٢,٠٠٠	٢ ٣٦٠ ٤٧٩	١٢,٨٢٥ ١,٦١٧	*٧,٩٣٣

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (١٨) وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافة و التلفزيون والإذاعة على نشر الثقافة الرياضية بين طلاب جامعة القاهرة عند مستوى معنوية

جدول (١٩)

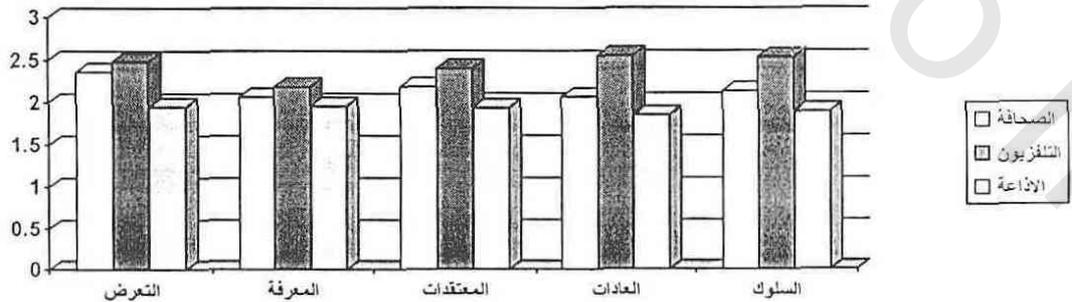
دلالة الفروق بين تأثير وسائل الاعلام فى نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعة القاهرة
قيد البحث باستخدام الفرق الصادق H.S.D

م	المحاور	الجامعة	المتوسط	الفرق بين المتوسطات		
				الصحافة	التلفزيون	الإذاعة
H.S.D	قيمة توكى					
١	التعرض	الصحافة	٢,٣٥٦		٠,١٢٥	*٠,٤٠٦
		التلفزيون	٢,٤٨١			*٠,٥٣٣
		الإذاعة	١,٩٤٨			
٢	المعرفة	الصحافة	٢,٠٥٨		*٠,١٢٣	*٠,١٠٨
		التلفزيون	٢,١٨١			*٠,٢٣١
		الإذاعة	١,٩٥٠			
٣	المعتقدات	الصحافة	٢,١٨١		*٠,٢١٧	*٠,٢٥٢
		التلفزيون	٢,٣٩٨			*٠,٤٦٩
		الإذاعة	١,٩٢٩			
٤	العادات	الصحافة	٢,٠٥٨		*٠,٤٨٣	*٠,٢١٠
		التلفزيون	٢,٥٤٢			*٠,٦٩٤
		الإذاعة	١,٨٤٨			
٥	السلوك	الصحافة	٢,١٢٩		*٠,٤٠٠	*٠,٢٤٨
		التلفزيون	٢,٥٢٩			*٠,٦٤٨
		الإذاعة	١,٨٨١			

يتضح من جدول (١٩) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين الصحافة والتلفزيون فى كل المحاور عدا محور التعرض لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة القاهرة.

بينما يتضح أيضا وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين الصحافة والإذاعة فى كل المحاور لصالح الصحافة لدى طلاب جامعة القاهرة قيد البحث .

كما يتضح أيضا وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين التلفزيون والإذاعة فى كل المحاور لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة القاهرة قيد البحث .



شكل (٧)

تأثير وسائل الاعلام فى نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعة القاهرة قيد البحث

جدول (٢٠)

تحليل التباين بين تأثير وسائل الإعلام فى نشر الثقافة الرياضية
لطالبات جامعة القاهرة

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات	١,٤٩٦	٢	٥,٢٤٨	*٣,٩٦٤
	داخل المجموعات المجموع	٤٧٦,٥٦٨	٣٦٠ ٤٧٩	١,٣٢٤	
المعرفة	بين المجموعات	٤,٧٣١	٢	٢,٣٦٥	*٣,٦٩٣
	داخل المجموعات المجموع	٢٣١,٥٧١	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٦٤٠	
المعتقدات	بين المجموعات	٣,١١٩	٢	١,٥٦٠	*٣,٨٥٦
	داخل المجموعات المجموع	١٤٥,٦١٩	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٤٠٤	
العادات	بين المجموعات	٢,٧١٤	٢	١٢,٣٥٧	*١٢,٤٩٧
	داخل المجموعات المجموع	٣٥٥,٩٤٩	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٩٨٩	
السلوك	بين المجموعات	٨,٤٨٨	٢	٤,٢٤٤	*٤,١٣١
	داخل المجموعات المجموع	٣٦٩,٨٤٢	٣٦٠ ٤٧٩	١,٠٢٧	

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافه و التلفزيون والإذاعة على نشر الثقافة الرياضية بين طالبات جامعة القاهرة عند مستوى معنوية

جدول (٢١)

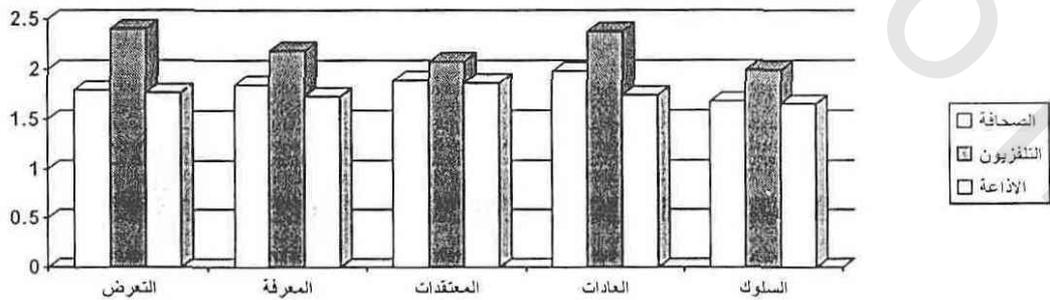
دلالة الفروق بين تأثير وسائل الإعلام فى نشر الثقافة الرياضية لطالبات جامعة القاهرة
قيد البحث باستخدام الفرق الصادق H.S.D

م	المحاور	الجامعة	المتوسط	الفرق بين المتوسطات		
				الصحافة	التلفزيون	الإذاعة
١	التعرض	الصحافة	١,٧٩٢			
		التلفزيون	٢,١٤٠			
		الإذاعة	١,٧٦٥			
٢	المعرفة	الصحافة	١,٨٤٤			
		التلفزيون	٢,١٨٣			
		الإذاعة	١,٧٢٧			
٣	المعتقدات	الصحافة	١,٨٩٢			
		التلفزيون	٢,٠٧٣			
		الإذاعة	١,٨٦٣			
٤	العادات	الصحافة	١,٩٧٩			
		التلفزيون	٢,٣٧٥			
		الإذاعة	١,٧٤٠			
٥	السلوك	الصحافة	١,٦٧٩			
		التلفزيون	١,٩٩٢			
		الإذاعة	١,٦٥٤			

يتضح من جدول (٢١) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين الصحافة والتلفزيون فى كل المحاور عدا محور المعتقدات لصالح التلفزيون لدى طالبات جامعة القاهرة.

بينما يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافة والإذاعة فى كل المحاور لصالح الصحافة لدى طالبات جامعة القاهرة قيد البحث .

كما يتضح أيضاً وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين التلفزيون والإذاعة فى كل المحاور لصالح التلفزيون لدى طالبات جامعة القاهرة قيد البحث .



شكل (٨)

تأثير وسائل الاعلام فى نشر الثقافة الرياضية لطالبات جامعة القاهرة قيد البحث

جدول (٢٢)

تحليل التباين بين تأثير وسائل الإعلام فى نشر الثقافة الرياضية
لطلاب جامعة المنصورة

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات	١٨,٦٧٢	٢	٩,٣٣٦	*٣,٦٢٥
	داخـل المجموعات	٩٢٧,٠٦١	٣٦٠	٢,٥٧٥	
المعرفة	بين المجموعات	٠,١٣٨	٢	٠,٠٦٩	*٣,٦٩٦
	داخـل المجموعات	٦,٧٠٨	٣٦٠	٠,٠١٩	
المعتقدات	بين المجموعات	١٣,٢٠٩	٢	٦,٦٠٤	*٦,٢٨٨
	داخـل المجموعات	٣٧٨,١٣٣	٣٦٠	١,٠٥٠	
العادات	بين المجموعات	٣٠,٣٦٧	٢	١٥,١٨٤	*٨,٨٩٩
	داخـل المجموعات	٦١٤,٢٠٤	٣٦٠	١,٧٠٦	
السلوك	بين المجموعات	٢٥,٦٥٠	٢	١٢,٨٢٥	*١٠,٠٧٣
	داخـل المجموعات	٤٥٨,٣٧٨	٣٦٠	١,٢٧٣	

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (٢٢) وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافة و التلفزيون والإذاعة على نشر الثقافة الرياضية بين طلاب جامعة المنصورة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ .

جدول (٢٣)

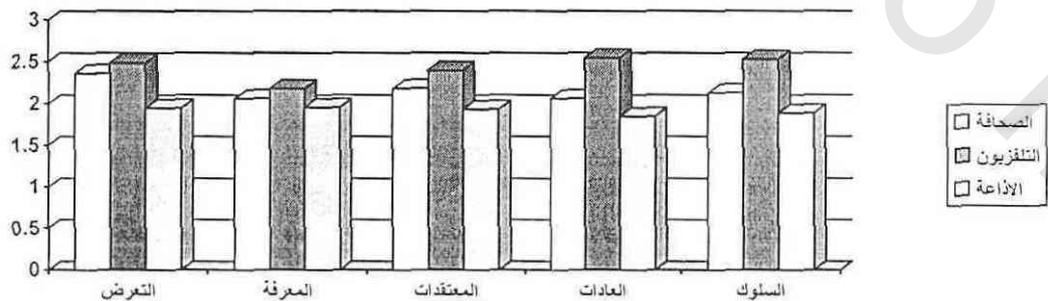
دلالة الفروق بين تأثير وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعة المنصورة قيد البحث استخدام الفرق الصادق H.S.D

م	المحاور	الجامعة	المتوسط	الفرق بين المتوسطات		
				الإذاعة	التلفزيون	الصحافة
١	التعرض	الصحافة	٢,٣٥٦	٠,٤٠٨	٠,١٢٥	
		التلفزيون	٢,٤٨١	*٠,٥٣٣		
		الإذاعة	١,٩٤٨			
٢	المعرفة	الصحافة	٢,٠٥٨	٠,١٠٨	٠,١٢٣	
		التلفزيون	٢,١٨١	*٠,٢٣١		
		الإذاعة	١,٩٥٠			
٣	المعتقدات	الصحافة	٢,١٨١	٠,٢٥٢	٠,٢١٧	
		التلفزيون	٢,٣٩٨	*٠,٤٦٩		
		الإذاعة	١,٩٢٩			
٤	العادات	الصحافة	٢,٠٥٨	٠,٢١٠	*٠,٤٨٣	
		التلفزيون	٢,٥٤٢	*٠,٦٩٤		
		الإذاعة	١,٨٤٨			
٥	السلوك	الصحافة	٢,١٢٩	٠,٢٤٨	*٠,٤٠٠	
		التلفزيون	٢,٥٢٩	*٠,٦٤٨		
		الإذاعة	١,٨٨١			

يتضح من جدول (٢٣) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين الصحافة والتلفزيون في محوري العادات والسلوك لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة المنصورة.

بينما يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافة والإذاعة في كل المحاور لدى طلاب جامعة المنصورة قيد البحث .

كما يتضح أيضاً وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين التلفزيون والإذاعة في كل المحاور لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة المنصورة قيد البحث .



شكل (٩)

تأثير وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعة المنصورة قيد البحث

جدول (٢٤)

تحليل التباين بين تأثير وسائل الإعلام فى نشر الثقافة الرياضية
لطالبات جامعة المنصورة

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات	١٠,٤٩٦	٢	٥,٢٤٨	*٤,٢١٤
	داخل المجموعات المجموع	٤٤٨,٣١٩	٣٦٠ ٤٧٩	١,٢٤٥	
المعرفة	بين المجموعات	٤,٧٣١	٢	٢,٣٦٥	*٣,٣٢١
	داخل المجموعات المجموع	٢٥٦,٣٩٣	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٧١٢	
المعتقدات	بين المجموعات	٣,١١٩	٢	١,٥٦٠	*٣,٦٥٨
	داخل المجموعات المجموع	١٥٣,٤٨٠	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٤٢٦	
العادات	بين المجموعات	٢٤,٧١٤	٢	١٢,٣٥٧	*١٧,١٤٣
	داخل المجموعات المجموع	٢٥٩,٤٩٢	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٧٢١	
السلوك	بين المجموعات	٨,٣٠١	٢	٤,١٥١	*٥,٤١٧
	داخل المجموعات المجموع	٢٧٥	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٧٦٦	

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (٢٤) وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافه و التلفزيون والإذاعة على نشر الثقافة الرياضية بين طالبات جامعة المنصورة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ .

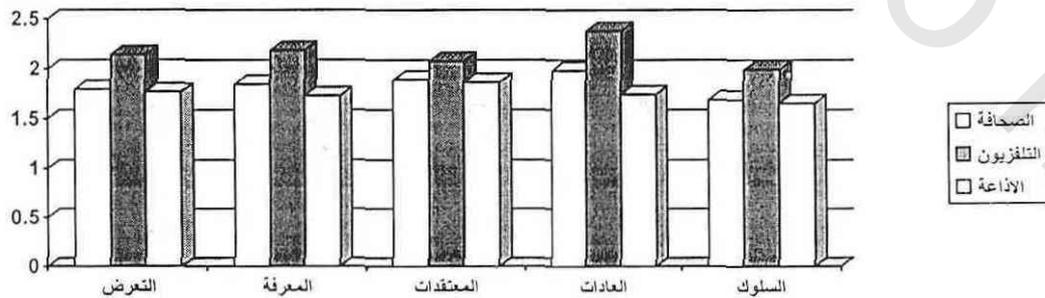
جدول (٢٥)
دلالة الفروق بين تأثير وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لطالبات جامعة المنصورة قيد البحث باستخدام الفرق الصادق H.S.D

م	المحاور	الجامعة	المتوسط	الفرق بين المتوسطات		قيمة توكي H.S.D
				الصحافة	التلفزيون	
١	التعرض	الصحافة	١,٧٩٢	*٠,٣٤٨	٠,٠٢٧	٠,٣٣٦
		التلفزيون	٢,١٤٠		*٠,٣٧٥	
		الإذاعة	١,٧٦٥			
٢	المعرفة	الصحافة	١,٨٤٤	*٠,٣٤٥	٠,١١٧	٠,٢٥٤
		التلفزيون	٢,١٨٣		*٠,٤٥٦	
		الإذاعة	١,٧٢٧			
٣	المعتقدات	الصحافة	١,٨٩٢	*٠,١٨١	٠,٠٢٩	٠,١٧٧
		التلفزيون	٢,٠٧٣		*٠,٢١٠	
		الإذاعة	١,٨٦٣			
٤	العادات	الصحافة	١,٩٧٩	*٠,٣٩٦	٠,٢٤٠	٠,٢٥٦
		التلفزيون	٢,٣٧٥		*٠,٦٣٥	
		الإذاعة	١,٧٤٠			
٥	السلوك	الصحافة	١,٦٨٨	*٠,٣٠٤	٠,٠٣٣	٠,٢٦٤
		التلفزيون	١,٩٩٢		*٠,٣٣٨	
		الإذاعة	١,٦٥٤			

يتضح من جدول (٢٥) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين الصحافة والتلفزيون في كل المحاور قيد البحث لصالح التلفزيون لدى طالبات جامعة المنصورة .

بينما يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافة والإذاعة في كل المحاور لصالح الصحافة لدى طالبات جامعة المنصورة قيد البحث .

كما يتضح أيضا وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين التلفزيون والإذاعة في كل المحاور لصالح التلفزيون لدى طالبات جامعة المنصورة قيد البحث .



شكل (١٠)

تأثير وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لطالبات جامعة المنصورة قيد البحث

جدول (٢٦)

تحليل التباين بين تأثير وسائل الإعلام فى نشر الثقافة الرياضية
لطلاب جامعة أسيوط

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات	٧,٢٠٤	٢	٣,٦٠٢	*٣,٢٤٦
	داخل المجموعات المجموع	٣٩٩,٤٦٠	٣٦٠ ٤٧٩	١,١١٠	
المعرفة	بين المجموعات	٠,٣٣٧	٢	٠,١٦٩	٠,٣٢١
	داخل المجموعات المجموع	١٨٩,٤٣٢	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٥٢٦	
المعتقدات	بين المجموعات	٤,٠١٤	٢	٢,٠٠٧	*٤,١٧٦
	داخل المجموعات المجموع	١٧٣,٠٠١	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٤٨١	
العادات	بين المجموعات	١٤,٥٨٠	٢	٧,٢٩٠	*١١,٩٤٥
	داخل المجموعات المجموع	٢١٩,٦٩٢	٣٦٠ ٤٧٩	٠,٦١٠	
السلوك	بين المجموعات	١١,٠٣٩	٢	٥,٥١٩	*٤,٣٩٥
	داخل المجموعات المجموع	٤٥٢,١٠٢	٣٦٠ ٤٧٩	١,٢٥٦	

*دال

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (٢٦) وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافة و التلفزيون والإذاعة على نشر الثقافة الرياضية بين طلاب جامعة أسيوط عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فى كل المحاور عدا محور المعرفة .

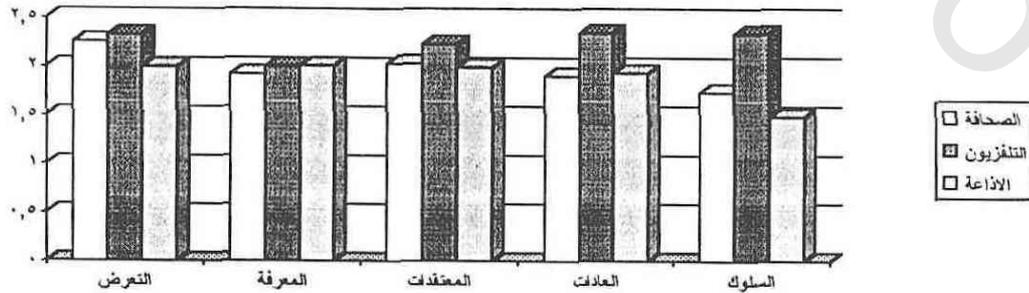
جدول (٢٧)
دلالة الفروق بين تأثير وسائل الإعلام على طلاب جامعة أسيوط قيد البحث
استخدام الفرق الصادق H . S . D

م	المحاور	الجامعة	المتوسط	الفرق بين المتوسطات		
				الصحافة	التلفزيون	الإذاعة
١	التعرض	الصحافة	٢,٢٤٨	٠,٠٧١	٠,٢٥٨	٠,٣١٧
		التلفزيون	٢,٣١٩		*٠,٣٢٩	
		الإذاعة	١,٩٩٠			
٢	المعرفة	الصحافة	١,٩١٧	٠,٠٨١	٠,٠٨٨	٠,٢١٩
		التلفزيون	١,٩٩٨		٠,٠٠٦	
		الإذاعة	٢,٠٠٤			
٣	المعتقدات	الصحافة	٢,٠٢٣	٠,٢٠٤	٠,٠٣٥	٠,٢٠٩
		التلفزيون	٢,٢٢٧		*٠,٢٤٠	
		الإذاعة	١,٩٨٨			
٤	العادات	الصحافة	١,٨٩٦	*٠,٤٤٢	٠,٠٣١	٠,٢٣٥
		التلفزيون	٢,٣٣٨		*٠,٤١٠	
		الإذاعة	١,٩٢٧			
٥	السلوك	الصحافة	١,٩٧٣	*٠,٣٥٨	٠,٠٢٥	٠,٣٣٨
		التلفزيون	٢,٣٣١		*٠,٣٨٣	
		الإذاعة	١,٩٤٨			

يتضح من جدول ٢٧. وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين الصحافة والتلفزيون في محوري العادات والسلوك لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة أسيوط.

بينما يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافة والإذاعة في كل المحاور لدى طلاب جامعة أسيوط قيد البحث .

كما يتضح أيضاً وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين التلفزيون والإذاعة في كل المحاور عدا محور المعرفة لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة أسيوط قيد البحث .



شكل (١١)

تأثير وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعة أسيوط قيد البحث

جدول (٢٨)
تحليل التباين بين تأثير وسائل الإعلام فى نشر الثقافة الرياضية
لطلبات جامعة أسيوط

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
التعرض	بين المجموعات	٨,٣٠٥	٢	٤,١٥٢	*٣,١٨٩
	داخل المجموعات	٤٦٨,٧٩٦	٣٦٠	١,٣٠٢	
	المجموع		٤٧٩		
المعرفة	بين المجموعات	٧,٥٨٧	٢	٣,٧٩٤	*٣,٤٤٠
	داخل المجموعات	٣٩٧,٠١٦	٣٦٠	١,١٠٣	
	المجموع		٤٧٩		
المعتقدات	بين المجموعات	٤,٤٣٠	٢	٢,٢١٥	*٣,١٩٩
	داخل المجموعات	٢٤٩,٢٤١	٣٦٠	٠,٦٩٢	
	المجموع		٤٧٩		
العادات	بين المجموعات	١٣,١١٧	٢	٦,٥٥٩	*٤,٤٣٠
	داخل المجموعات	٥٣٣,٠٢٥	٣٦٠	١,٤٨١	
	المجموع		٤٧٩		
السلوك	بين المجموعات	٩,٩٩٧	٢	٤,٩٩٨	*٤,٣٢٤
	داخل المجموعات	٤١٦,١٦٠	٣٦٠	١,١٥٦	
	المجموع		٤٧٩		

قيمة ف الجدولية عند ٠,٠٥ = ٣,٠٠٠

يتضح من جدول (٢٨) وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافة و التلفزيون والإذاعة على نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة أسيوط عند مستوى معنوية ٠,٠٥ .

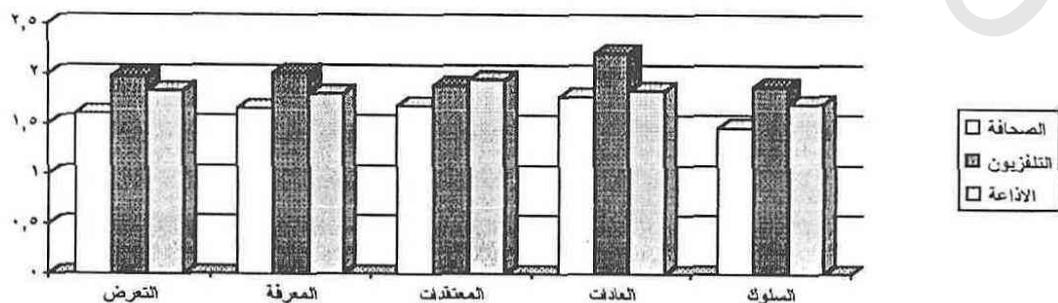
جدول (٢٩)
دلالة الفروق بين تأثير وسائل الإعلام على طالبات جامعة أسيوط قيد البحث
استخدام الفرق الصادق H.S.D

م	المحاور	الجامعة	المتوسط	الفرق بين المتوسطات		قيمة توكي H.S.D
				الصحافة	التلفزيون	
١	التعرض	الصحافة	١,٦٠٤	*٠,٢٦٩	*٠,٢٢٧	٠,٢١٤
		التلفزيون	١,٩٧٣		٠,١٤٢	
		الإذاعة	١,٨٣١			
٢	المعرفة	الصحافة	١,٦٥٢	*٠,٣٥٦	٠,١٤٦	٠,٣١٦
		التلفزيون	٢,٠٠٨		٠,٢١٠	
		الإذاعة	١,٧٩٨			
٣	المعتقدات	الصحافة	١,٦٧٩	*٠,٢٠٢	*٠,٢٥٨	٠,٢٠١
		التلفزيون	١,٨٨١		٠,٠٥٦	
		الإذاعة	١,٩٣٨			
٤	العادات	الصحافة	١,٧٦٧	*٠,٤٣٣	٠,٠٦٥	٠,٣٦٦٧
		التلفزيون	٢,٢٠٠		*٠,٣٦٩	
		الإذاعة	١,٨٣١			
٥	السلوك	الصحافة	١,٤٦٣	*٠,٤٠٦	*٠,٢٣٨	٠,٢٢٤
		التلفزيون	١,٨٦٩		٠,١٦٩	
		الإذاعة	١,٧٠٠			

يتضح من جدول (٢٩) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين الصحافة والتلفزيون في كل المحاور قيد البحث لصالح التلفزيون لدى طالبات جامعة أسيوط .

بينما يتضح وجود فروق دالة إحصائية بين الصحافة والإذاعة في محاور التعرض، المعتقدات، السلوك لصالح الإذاعة لدى طالبات جامعة أسيوط قيد البحث .

كما يتضح أيضاً وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين التلفزيون والإذاعة في محور العادات لصالح التلفزيون لدى طالبات جامعة أسيوط قيد البحث .



شكل (١٢)

تأثير وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لطالبات جامعة أسيوط قيد البحث

ثانيا : مناقشة النتائج وتفسيرها :

مناقشة النتائج الخاصة بتحقيق التساؤل الأول :
- ما مدى تأثير وسائل الإعلام على نشر الثقافة الرياضية لطلاب الجامعات المصرية؟

أولا : الصحافة :-

من خلال العرض السابق :

نجد أن الصحافة كوسيلة من وسائل الإعلام تؤثر بدرجة إيجابية فى نشر الثقافة الرياضية لطلاب الجامعات المصرية قيد البحث حيث بلغت نسبة تأثير الصحافة فى نشر الثقافة الرياضية ٦٩,٢% بالنسبة للطلاب بينما كانت ٥٧,٩% بالنسبة للطالبات ويرجع الباحث ذلك لتعرض الطلاب للصحافة بنسبة اكبر من الطالبات .

بالنسبة للمحور الأول (التعرض) حصلت العبارة رقم (٤) على أعلى نسبة بين عبارات المحور بنسبة ٨٢,٥% للطلاب وهى تبين مدى حرص الطلاب على قراءة الصفحة الرياضية بالصحف المختلفة وذلك لتقديمها الألعاب والرياضيات التى تفق مع ميولهم ورغباتهم وكانت ٥٩,٧% بالنسبة للطالبات ويتضح من ذلك مدى الفارق بين الطلبة وطالبات فى الحرص على متابعة الصفحات الرياضية .

أما فى المحور الثانى (المعرفة) حصلت العبارة رقم (٥) على أعلى نسبة بين عبارات المحور وكانت ٨٠% للطلاب و ٧١,٣% للطالبات ويدل ذلك على أن الصحافة تمد كل من الطلاب والطالبات بالمعلومات والاخبار الرياضية المختلفة .

والعبارة رقم (٧) وهى من العبارات السلبية وكانت نسبتها المئوية ٧٩,٨% للطلاب و ٥٢,٩% للطالبات مما يدل على أن الصفحة الرياضية تهتم بنشر الأخبار الرياضية أكثر من إهتمامها بتوجيه القراء لأهمية ممارسة الرياضة .

كما وضح أيضا أن الصفحات الرياضية فى الصحف المختلفة تعتمد على نشر الأخبار الرياضية المختلفة دون تقديم معلومة قد يستفيد منها القارئ .

ويتفق ذلك مع حازم عبد المحسن (١٣) حيث أشار إلى أن الخبر الصحفى إحتمل المرتبة الأولى بين فنون التحرير الصحفى المستخدمة فى الصفحات الرياضية للصحف المختلفة .

كما وضح أيضا ان الصفحات الرياضية بالصحف المختلفة لا تقدم معلومات رياضية قد يستفيد منها القارئ فى حياته اليومية .
ويتفق ذلك مع دراسة مديحة الإمام (٤٨) فى أن الصفحات الرياضية بالصحف المختلفة لا تقدم المعلومات الرياضية الكافية .

وكان تأثير الصحافة على المحور الثالث (المعتقدات) مؤثر لدى الطلاب بدرجة معنوية أكثر من الطالبات و يرجع الباحث ذلك الى حرص الطلاب على متابعة الصفحات الرياضية أكثر من الطالبات .

كما حصلت العبارة رقم (١١) على أعلى نسبة بين عبارات المحور وكانت ٧٥% للطلاب ، ٦٥% للطالبات وهى من العبارات السلبية ويدل ذلك على أن الصفحات الرياضية تعتمد على الإثارة الصحفية دون تدعيم للقيم الأخلاقية الرياضية بالنسبة لطلاب وطالبات .

وذلك يتفق مع **علاء الدين طلعت (٣٣)** حيث أشار الى أن الصفحات الرياضية بالصحف المختلفة تهتم بما يسلى ويمتع جمهور القراء عن طريق الخصائص التحريرية لصفحاتها الرياضية فى مقابل إهمالها لتقديم ما يتقف ويوجه هذا الجمهور .

وفى المحور الرابع (العادات) حصلت العبارة رقم (١٤) على أعلى نسبة بين عبارات المحور حيث حصلت على ٧١% مما يدل على أن الصفحات الرياضية تدعو الى تدعيم العادات الغذائية لدى كلاً من الطلاب والطالبات وبالرغم من أن هذه النسبة هى أعلى نسبة بين عبارات المحور إلا أنها نسبة غير عالية ولا تؤثر بالدرجة الكافية لتدعيم العادات الغذائية وربطها بالاداء الرياضى .

أما المحور الخامس (السلوك) حصلت العبارة رقم (١٩) على أعلى نسبة بين عبارات المحور حيث بلغت ٩٢% للطلاب و ٨٤% للطالبات مما يدل على أن كلاً من الطلبة والطالبات لديهم الإستعداد والقابلية للممارسة الرياضة من خلال النصائح التى تقدم اليهم عن طريق الصحافة أو(الصفحة الرياضية) بإعتبارها من أكثر الصفحات جذباً لطلاب والطالبات لمتابعتها .

والسلوك هو خلاصة الثقافة و ما تهدف إليه الثقافة الرياضية ويتضح من النسب السابقة الفارق بين تأثير الصحافة على الطلاب والطالبات وإن كان بالنسبة للطلاب أكبر ولكنها نسبة غير كبيرة (مؤثرة بدرجة غير كافية) .

ويتفق ذلك مع ما أشارت اليه نوال **خليفة مصطفى حسين (٥٢)** الى عدم إهتمام الصحافة بنشر الثقافة البدنية والرياضية للألعاب والرياضيات المختلفة وبخاصة الرياضات الجماعية بالرغم من إستحواز بعض هذه اللعاب بتغطية كبيرة ولكن من الناحية الإخبارية فقط ، مع عدم اهتمامها بتوجيه القراء لأهمية ممارسة الرياضة وتغيير بعض السلوكيات السيئة الموجودة فى المجال الرياضى .

ويرى الباحث أن الصفحات الرياضية فى الصحف المختلفة تعتبر من أهم عوامل جذب القراء لشراء الصحف المختلفة ، ولذا يلجأ القارئون على هذه الصفحات الى الإهتمام بالأخبار التى تجذب الجماهير وكذلك الى العناوين المثيرة لتحقيق نسبة أكبر من المبيعات وبالتالي نجد أن الصفحات الرياضية تستغل كناعية ترويجية أو تجارية أكثر من تقديمها لمادة ثقافية أو علمية رياضية .

ومما سبق نجد أن الصفحات الرياضية بالصحف المختلفة تؤثر على مكونات الثقافة الرياضية قيد البحث ولكن بنسب متفاوتة وجد انها تؤثر على المعرفة بنسبة منخفضة مما يدل على إنخفاض النتاج المعرفى الرياضى الذى تقدمه هذه الصفحات للقراء كما وجد انها تؤثر على الناحية المعقدية الرياضية وذلك بالتأثير على آراء المتابعين وتوجيهاتهم نحو ما يقدم إما بالنسبة للعادات الرياضية سواء كانت صحية أو غذائية أو سلوكية وضح إنخفاض تأثيرها على العادات الرياضية وكما وضح أن تأثيرها على سلوك القراء وتوجيههم نحو الممارسة الرياضية لم يكن بالقدر المطلوب وبالتالي نجد ان الصحافة تؤثر على الثقافة الرياضية بنسبة غير دالة إحصائياً حيث وضح إنخفاض تأثير الصحافة على معظم محاور البحث .

ثانياً : التلفزيون :-

من خلال العرض السابق نجد أن التلفزيون كوسيلة إعلامية يؤثر بدرجة إيجابية على نشر الثقافة الرياضية لطلاب الجامعات المصرية قيد البحث ، حيث بلغت نسبة تأثير التلفزيون على الطلاب ٧٧,٢% ، بينما كانت ٦٨,٦% للطالبات .

ففى المحور الأول (التعرض) حصلت العبارة رقم (٢٢) على أعلى نسبة بين عبارات المحور بنسبة ٩١% للطلاب ، ٧٩% للطالبات ، مما يدل على الفرق بين الطلاب والطالبات فى الحرص على متابعة البرامج الرياضية ، ويرجع الباحث ذلك الى الكثير من العوامل الإجتماعية المعقدية لدى الأسر المصرية .

وبالتالى وضح أن تأثير البرامج الرياضية التلفزيونية على الطلاب أكبر منه على الطالبات ويرجع الباحث ذلك الى إهتمام الطلاب بمتابعة البرامج الرياضية أكثر من الطالبات ، كما وضح أن هذه البرامج من أكثر البرامج جذبا للمشاهدين وخاصة طلبة وطالبات الجامعة .

وذلك يتفق مع ما أشار إليه أشرف منير صبرى (٤) بأن البرامج الرياضية التلفزيونية بصفة عامة من أكثر البرامج التى يفضل الجمهور مشاهدتها على شاشة التلفزيون .

وبالنسبة للمحور الثانى (المعرفة) وجد ان البرامج الرياضية التلفزيونية تؤثر بدرجة إيجابية لدى كل من الطلاب والطالبات وإن كانت هذه النسبة لا توازى الأهمية الكبيرة التى يكتسبها جهاز إعلامى كالتلفزيون .

حيث حصلت العبارة رقم (٢٧) على اعلى نسبة بين عبارات المحور وكانت ٨١% للطلاب ، ٧٩,٩% للطالبات وهذه العبارة من العبارات السلبية وبالتالي نجد ان البرامج الرياضية التلفزيونية تهتم بالاخبار الرياضية أكثر من إهتمامها بتوجيه المشاهدين لممارسة الرياضة وتعريفهم بأهمية الرياضة .

ومما سبق نجد ان التلفزيون يؤثر إيجابياً على المعرفة الرياضية وإن كان يتضح ان تركيز البرامج الرياضية بالتلفزيون ينحصر فى نقل المنافسات الرياضية المختلفة و خاصة ما يتعلق بكرة القدم من مسابقات سواء محلية او عالمية وبالإضافة الى البرامج الرياضية تهمل تقديم مادة تعليمية او تثقيفية أو علمية متعلقة بالرياضة عموماً فلا توجد برامج تشرح قوانين الرياضات المختلفة ، او تقدم معلومة قد يستفيد منها المشاهد ويطبقها فى حياته اليومية .

ويرجع الباحث ذلك الى عدم وجود القيادات المتخصصة للإشراف على هذه البرامج لإعدادها وتقديمها بصورة تجعل من يجلس أمامها يستفيد أو على الأقل يخرج بمعلومة من متابعة البرنامج فلا تقتصر متابعته على مجرد المتابعة السلبية .

ويتفق ذلك مع أميمة حامد (١٠) وأتى أشارت إلى أن البرامج الرياضية ليست هادفة نتيجة لعدم وجود تخطيط علمى مبنى على اداء المتخصصين .س

كما يشير اشرف منير (٤) ان البرامج الرياضية بالتلفزيون تتعامل مع مفهوم الرياضه من خلال التصور الضيق المرتبط بنجاز اهداف تنافسية ولا تهتم اهتمام كافيا بمفوم الرياضة الاكثر ثراء على الجانب الاجتماعى والثقافى .

ويتفق ذلك مع ايمن الهنداوى (١١) حيث يشير الى ان محتوى البرامج الرياضية بالتلفزيون لا يلبي احتياجات الجمهور من المشاهدين .

ومن خلال المحور الثالث (المعتقدات) وجد أن البرامج الرياضية فى التلفزيون تؤثر بدرجة إيجابية على المعتقدات الرياضية لدى المشاهدين ، وإن كان تأثر الطلاب أكثر من الطالبات .

حيث حصلت العبارة رقم (٣٢) على أعلى نسبة بين عبارات المحور بالنسبة للطلاب وهى ٧٧% مما يدل على أن البرامج الرياضية التلفزيونية تؤثر بدرجة إيجابية فى آراء المشاهدين نحو ممارسة الرياضة ، وكانت اعلى نسبة بين عبارات المحور بالنسبة للطالبات العبارة رقم (٣٠) وهى تدل على ان البرامج الرياضية التلفزيونية تعمل على تدعيم القيم والمبادئ الرياضية للمشاهدين .

ومن المحور الرابع (العادات) وجد أن البرامج الرياضية التلفزيونية تؤثر بدرجة إيجابية على العادات الرياضية المختلفة كما يتضح أن نسبة تأثر الطلاب اكثر من الطالبات وإن كان هذا الفارق ليس كبير .

حيث حصلت العبارة رقم (٣٦) على أعلى نسبة بين عبارات المحور بالنسبة للطلاب حيث حصلت على ٨٢% ويتضح من ذلك أن البرامج الرياضية التلفزيونية تشجع أفراد الأسرة للإنتظام فى ممارسة الرياضة .

وحصلت العبارة رقم (٣٥) على أعلى نسبة بين عبارات المحور بالنسبة للطالبات مما يدل على أن البرامج الرياضية التلفزيونية تؤكد على ضرورة ممارسة أنشطة الرياضة للجميع .

ويرى الباحث أن التلفزيون كوسيلة اعلامية يعتبر اكثر وسيلة اعلامية تأثيرا فى عادات ومعتقدات المشاهدين فى الوقت الحالى ويرجع الباحث ذلك الى طبيعة الوسيلة نفسها حيث انها تعتمد على حاسيتى السمع والبصر وهما أكثر حاستى يستطيع الانسان الحصول من خلالهما على المعلومات والمعارف المختلفة وبالتالي يمكن الوصول إلى إقناع المشاهد بما يقدم .

ويتفق ذلك مع حسام رفقى (١٦) ان التلفزيون يعتبر اهم وسيلة اعلامية تخاطب الجماهير وتتعامل مع ميول ورغبات المشاهدين .

و يتفق ذلك مع خضره عيد (١٨) حيث تشير بان البرامج الرياضية بالتلفزيون تؤثر ايجابيا على الثقافة الرياضية من افكار وعادات وتقاليد واتجاهات فئات المجتمع المختلفة .

كما يشير امين الخولى (٩) الى احتلال التلفزيون المرتبة الاولى لمصادر المعرفة الرياضية لطلاب وطالبات الجامعة ، سواء ممارسين او غير ممارسين للرياضة .

كما وضح من خلال المحور الخامس (السلوك) أن البرامج الرياضية التلفزيونية تؤثر بدرجة ايجابية فى السلوك الرياضى للطلاب بنسبة أكبر من الطالبات ويرجع الباحث ذلك الى العديد من العادات الإجتماعية التى تضى الكثير من القيود على ممارسة (الأناث) الطالبات للرياضة .

حيث حصلت العبارة رقم (٣٩) على أعلى نسبة بين عبارات المحور بنسبة ٩٢% للطلاب و ٩٦% للطالبات ويدل ذلك على مدى إستعداد الطلاب للممارسة الرياضية من أجل الصحة العامة وذلك إذا تم توجيههم من خلال برامج رياضية بالتلفزيون يكون هدفها الأول هو توجيه المشاهدين نحو ممارسة الرياضة وذلك بالعديد من الوسائل منها تدعيم الإتجاهات الصحية ، تدعيم الإتجاهات نحو الممارسة الإيجابية لأفراد الأسرة ، عمل لقاءات مع النجوم المشهورين فى المجال الرياضى وشرح أهمية ممارسة الرياضة والفوائد الفسيولوجية ، النفسية ، الاجتماعية ، البدنية ، وهكذا ، مع تقديم أمثلة مبسطة من الواقع يمكن لكل الأفراد الاقتداء بها .

ومما سبق ان التلفزيون كوسيلة اعلامية وبرامجها الرياضية يؤثر ايجابيا فى مكونات الثقافة الرياضية قيد البحث وذلك بنسب متفاوتة حيث وجد ان تاثيره على المعرفة الرياضية لم يكن على مستوى وسيلة إعلامية بخطورة التلفزيون ولكن نجد ان تاثيره كان بشكل ايجابى على باقى مكونات الثقافة الرياضية من عادات وتقاليد وسلوكيات .

ثالثاً : الإذاعة :-

بالنسبة للمحور الأول (التعرض) حصلت العبارة رقم (٤٤) علي اعلي نسبة بين عبارات المحور بالنسبة لطلاب والطالبات ويدل ذلك علي ان البرامج الرياضية تقدم تغطية متميزة لكي تحظي باهتمام هؤلاء الطلاب كما انها تقدم الالعاب والرياضات التي تتفق مع ميولهم ورغباتهم .

أما المحور الثاني (المعرفة) كانت تدل عباراته علي انخفاض درجة المعارف التي تقدم من خلال البرامج الإذاعية الرياضية .
وحصلت العبارة رقم (٤٧) علي اعلي نسبة بين عبارات المحور بالنسبة للطلاب وحصلت علي ٧٨% وهي من العبارات السلبية ويدل ذلك علي ان البرامج الرياضية الإذاعية تهتم بإذاعة الاخبار الرياضية اكثر من اهتمامها لتوجيه المستمعين لممارسة الرياضة .

وكانت اعلي نسبة بين عبارات المحور بالنسبة للطالبات العبارة رقم (٤٥) وحصلت علي ٦٧% ويدل ذلك علي ان البرامج الرياضية الإذاعية تقدم للمستمعين اخبار ومعلومات رياضية مفيدة .

وفي المحور الثالث (المعتقدات) وجد أن البرامج الرياضية الإذاعية تؤثر علي المعتقدات الرياضية لدي كل من الطلاب والطالبات .
وكانت اعلي عبارة بين عبارات المحور للطلاب العبارة رقم (٥٢) ومنها يتضح ان البرامج الرياضية الإذاعية يؤثر في اراء المستمعين لممارسة الرياضة ، وكانت اعلي عبارة بين عبارات المحور بالنسبة للطالبات العبارة رقم (٤٩) ومنها يتضح ان البرامج الرياضية الإذاعية تساعد علي بناء مفاهيم رياضية لدي مستمعيها .

ومن خلال المحور الرابع (العادات) وجد ان البرامج الرياضية الإذاعية تؤثر بدرجة ضعيفة جدا في العادات الرياضية لدي كل من الطلاب والطالبات وكانت اعلي عبارة بين عبارات المحور هي العبارة رقم (٥٥) وحصلت علي نسبة ٧٠% بالنسبة للطلاب و٦٧% للطالبات ومنها يتضح ان البرامج الرياضية الإذاعية تشجع علي ممارسة أنشطة الرياضة للجميع .

ويلاحظ الباحث ان هذا المحور تتأثر بالنسبة للطلاب بنسبة اكبر من الطالبات ولكن بنسبة طفيفة للغاية ويدل ذلك من وجه نظر الباحث علي ان نسبة التعرض بالنسبة للطلاب والطالبات متقاربة وبالتالي نجد ان تأثيرها متقارب علي كل مكونات الثقافة الرياضية .

وحصلت مجموع عبارات المحور الخامس (السلوك) علي ٥٩% بواقع ٦٣,٨% للطلاب ، و٥٥,٩% للطالبات وذلك يدل علي انخفاض نسبة السلوك أو التوجه نحو ممارسة الرياضة بالنسبة للطالبات عن الطلاب .

وحصلت العبارة رقم (٥٩) علي اعلي نسبة بين عبارات المحور حيث حصلت علي ٧١% بالنسبة للطلاب ، و ٩١% بالنسبة للطالبات ويدل ذلك علي استعداد الشباب طلبة ، طالبات لممارسة الرياضة اذا تم إعطائهم النصائح بطريقة شيقة ومفيدة وكذلك اذا تم تعريفهم بأهمية العلاقة بين الصحة وممارسة الرياضة ويتضح ذلك اكثر من اجابات الطالبات حيث يعزى الباحث تفوق الطالبات في هذه العبارة وذلك لأن الطالبات يمكن التأثير فيهم عن طريق الاذاعة بدرجة أكبر من الطلاب .

ومما سبق أن الإذاعة كوسيلة إعلامية تؤثر بدرجة غير معنوية على الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعات المصرية قيد البحث ، ويتضح من ذلك ان تأثير البرامج الرياضية الإذاعية مؤثرة بدرجة ضعيفة على كل من الطلاب والطالبات في نشر الثقافة الرياضية وإن كان تأثيره بالنسبة للطلاب أكثر من الطالبات ويرجع الباحث ذلك لأن المهتم بالرياضة سواء كان من الطلاب أو الطالبات يبحث عن أى مصدر إعلامي لمعرفة المزيد عنها .

ويختلف التوجه نحو الوسيلة الإعلامية باختلاف العديد من الأشياء منها التوقيت الزمنى ، إستعدادات الأسرة ، التقاليد الإجتماعية السائدة فالتالي ان الباحث يري ان هناك من يتوجه لمتابعة البرامج الرياضية الإذاعية مثلا اثناء فترات المذاكرة، أي عندما لا يستطيع الحصول عل متابعة معينة أو معلومة معينة من خلال الوسائل الاعلامية الاخرى فيحصل عليها من خلال الاذاعة .

كما يتضح مدي انخفاض تأثير الاذاعة كوسيلة اعلامية في نشر الثقافة الرياضية ويرجع الباحث ذلك الي ان السباق الاعلامي اصبح سباقا محموما بين وسائل الاعلام المختلفة سواء كانت صحفية أو تلفزيونية وبالتالي اصبح علي الاذاعة مجارات العصر وما حيث يجب ان تطور من نفسها وذلك حتي تستطيع ان تلبي احتياجات الجماهير في وسط هذا الزحام من المؤثرات الاعلامية .

ويتفق ذلك مع عبدالمجيد شكري (٢٩) بأن معركة الراديو من اجل البقاء لم تكن سهلة حيث يواجهها كافة وسائل الاتصال الجماهير الاخرى مثل الصحافة والاذاعة المرئية ، ولذي كان علي الاذاعة وكافة وسائل الاتصال الاخرى ان تطور نفسها في الوقت المناسب وبالاسلوب الامثل .

مناقشة النتائج الخاصة بتحقيق التساؤل الثانى :

أولا : تأثير الصحافة على نشر الثقافة الرياضية لطلاب الجامعات (القاهرة – المنصورة – أسيوط) :

أوضحت نتائج الدراسة عن وجود فروق غير دالة إحصائية فى تأثير الصحافة على طلاب جامعة (القاهرة – المنصورة – أسيوط) قيد البحث ، وبالنسبة للطالبات أوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى تأثير الصحافة على نشر الثقافة الرياضية بين طالبات جامعة (القاهرة ، المنصورة ، أسيوط) لصالح طالبات جامعة القاهرة وذلك فى كل المحاور الخاصة بالصحافة .

كما وضح ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين طالبات جامعة المنصورة وطالبات جامعة أسيوط لصالح طالبات جامعة المنصورة وذلك فى محاور (التعرض – المعرفة – المعتقدات) .

ويرى الباحث أن عدم وجود فروق بين طلاب الجامعات قيد البحث يرجع الى التقارب فى المستوى الثقافى والفكرى بين الشباب من طلبة الجامعات المختلفة وبالتالي يتضح للباحث أن الصحافة تؤثر على الطلاب فى الجامعات قيد البحث بنسب متقاربة .

كما يرجع الباحث ان الفروق التى ظهرت بين طالبات جامعة القاهرة وطالبات باقى الجامعات قيد البحث الى أن البيئة المحيطة بهم وكذلك وجودهم فى القاهرة كمدينة حضارية تؤثر بالإيجاب على ثقافة هؤلاء الطالبات وإن كانت النسب الخاصة بتأثير الصحافة عليهم غير مرتفعة بالدرجة الكافية ولكنها اعلى من نظيراتها لدى كل من طالبات المنصورة وأسيوط .

ثانيا : تأثير التلفزيون فى نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعات (القاهرة – المنصورة – أسيوط) :

أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائية فى تأثير التلفزيون على نشر الثقافة الرياضية بين طلاب جامعة (القاهرة والمنصورة وأسيوط) أما بالنسبة للطالبات فقد وجد ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية فى تأثير التلفزيون على نشر الثقافة الرياضية بين طالبات جامعة القاهرة وطالبات جامعة المنصورة وطالبات جامعة أسيوط ولصالح طالبات جامعة القاهرة .

وتتضح ان الفروق بين طالبات جامعة القاهرة وطالبات جامعة المنصورة فى محور السلوك لصالح طالبات جامعة القاهرة بينما لا توجد بينهما فروق فى باقى المحاور

كما يتضح وجود فروق دالة إحصائية بين طالبات جامعة القاهرة وطالبات جامعة أسيوط في كل المحاور وذلك لصالح طالبات جامعة القاهرة ، بينما وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين طالبات جامعة المنصورة وطالبات جامعة أسيوط في كل المحاور لصالح طالبات جامعة المنصورة .

ويتضح من ذلك مدى تفوق تأثير التلفزيون بالنسبة لطالبات جامعة القاهرة وذلك بالنسبة لطالبات جامعتي المنصورة وأسيوط ، حيث تفوقت طالبات جامعة القاهرة علي جامعتي المنصورة وأسيوط في محور السلوك ويرجع الباحث ذلك الى أن ممارسة الرياضة أو التوجه نحو الممارسة الإيجابية للأنشطة الرياضية بالنسبة لطالبات جامعة القاهرة يكون أسهل منه بالنسبة لطالبات جامعتي المنصورة وأسيوط وذلك يرجع الى العديد من العادات والمعتقدات التي تجعل من ممارسة المرأة للرياضة شيئاً في غاية الصعوبة ، وتزداد هذه الصعوبة بالنسبة لطالبات جامعة المنصورة وأسيوط .

ويتفق ذلك مع ما أشارت اليه أمل صبرى (٥) بأن البرامج الرياضية التلفزيونية لا تشجع المرأة على ممارسة الرياضة حيث تركز على البطولات والمنافسات على حساب توجيه المرأة للممارسة الرياضية .

ثالثاً: تأثير الإذاعة على نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعات (القاهرة ، المنصورة ، أسيوط) :

كما أوضحت النتائج وجود فروق غير دالة إحصائية في تأثير الإذاعة على نشر الثقافة الرياضية بين طلاب جامعة القاهرة وطلاب جامعة المنصورة وطلاب جامعة أسيوط قيد البحث .

وبالنسبة للطالبات وجد ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير الإذاعة على نشر الثقافة الرياضية بين طالبات جامعة القاهرة وطالبات جامعة المنصورة وطالبات جامعة أسيوط قيد البحث .

كما وضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين طالبات جامعة القاهرة وطالبات جامعة المنصورة في كل المحاور لصالح طالبات جامعة المنصورة ، كما وجد ان هناك فروق دالة إحصائية بين طالبات جامعة القاهرة وطالبات جامعة أسيوط في كل المحاور لصالح طالبات جامعة أسيوط بينما وضح أن الفروق بين طالبات جامعة المنصورة وطالبات جامعة أسيوط غير دالة إحصائية وذلك في كل المحاور قيد البحث .

مناقشة النتائج الخاصة بتحقيق التساؤل الثالث :

أولاً : دلالة الفروق بين تأثير وسائل الإعلام (الصحافة – التلفزيون – الإذاعة) فى نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعة القاهرة :

أوضحت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والتلفزيون والإذاعة فى نشر الثقافة الرياضية بالنسبة لطلاب جامعة القاهرة ، حيث نجد أن هناك فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والتلفزيون فى كل المحاور عدا محور التعرض وذلك لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة القاهرة قيد البحث ، كما يتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والإذاعة فى كل المحاور قيد البحث لصالح الصحافة ، بينما كانت الفروق بين التلفزيون والإذاعة دالة إحصائياً فى كل المحاور قيد البحث لصالح التلفزيون وذلك لدى طلاب جامعة القاهرة .

كما وضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والتلفزيون والإذاعة فى نشر الثقافة الرياضية لدى طالبات جامعة القاهرة لصالح التلفزيون وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والتلفزيون فى كل المحاور قيد البحث عدا محور (المعتقدات) وذلك لصالح التلفزيون بينما يتضح وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الصحافة والإذاعة فى كل المحاور قيد البحث لدى طالبات جامعة القاهرة .

بينما وجد أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين التلفزيون والإذاعة فى كل المحاور لصالح التلفزيون لدى طالبات جامعة القاهرة قيد البحث .

ثانياً : دلالة الفروق بين تأثير وسائل الإعلام فى نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعة المنصورة :

أوضحت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة ، التلفزيون ، الإذاعة فى نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب جامعة المنصورة .

كما وضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة ، التلفزيون فى محوري (العادات – السلوك) لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة المنصورة .

وكذلك وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الصحافة والإذاعة فى كل المحاور بينما يتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين التلفزيون والإذاعة فى كل المحاور قيد البحث لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة المنصورة .

كما وضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة ، التلفزيون ، الإذاعة فى نشر الثقافة الرياضية لدى طالبات جامعة المنصورة وكذلك وضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والتلفزيون فى كل المحاور قيد البحث لصالح التلفزيون كما يتضح وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الصحافة والإذاعة فى كل المحاور ، بينما يتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين التلفزيون والإذاعة فى كل المحاور لصالح التلفزيون لدى طالبات جامعة المنصورة .

ثالثاً : دلالة الفروق بين تأثير وسائل الإعلام (الصحافة – التلفزيون – الإذاعة)
فى نشر الثقافة الرياضية لطلاب جامعة أسيوط :

أوضحت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والتلفزيون والإذاعة ، فى نشر الثقافة الرياضية بين طلاب جامعة أسيوط فى كل المحاور عدا محور المعرفة .

كما وضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والتلفزيون فى محورى (العادات و السلوك) لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة أسيوط كما يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والإذاعة فى كل المحاور لدى طلاب جامعة أسيوط ، بينما يتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين التلفزيون والإذاعة فى كل المحاور عدا محور (المعرفة) لصالح التلفزيون لدى طلاب جامعة أسيوط قيد البحث .

كما أشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والتلفزيون والإذاعة فى نشر الثقافة الرياضية بين طالبات جامعة أسيوط ، كما يتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحافة والتلفزيون فى كل المحاور قيد البحث لصالح التلفزيون لدى طالبات جامعة أسيوط .

وكذلك وضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائياً بين الصحافة والإذاعة فى محاور (التعرض – المعتقدات – السلوك) لصالح الإذاعة لدى طالبات جامعة أسيوط ، بينما يتضح أيضاً وجود فروق دالة إحصائياً بين التلفزيون والإذاعة فى محور (العادات) لصالح التلفزيون لدى طالبات جامعة أسيوط قيد البحث .

يتضح من العرض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (الصحافة – التلفزيون – الإذاعة) فى نشر الثقافة الرياضية بين طلبة وطالبات الجامعات المصرية قيد البحث .

حيث وجد ان تأثير هذه الوسائل الإعلامية متفاوت بالنسبة لكل من الطلبة والطالبات فبالنسبة للطلبة وضح أن ترتيب الوسائل الإعلامية حسب تأثيرها على مكونات الثقافة الرياضية محل البحث جاء ترتيبها كالتالى التلفزيون ثم الصحافة ثم الإذاعة ، وذلك لطلاب جامعة القاهرة ، المنصورة ، أسيوط .

وبالنسبة للطالبات جاء ترتيب الوسائل الإعلامية كالتالى التلفزيون ثم الصحافة ثم الإذاعة وذلك لطالبات جامعة القاهرة ، المنصورة أما بالنسبة لطالبات جامعة أسيوط فكان الترتيب كالتالى التلفزيون ثم الإذاعة ثم الصحافة .

ومما سبق نجد أن الوسائل الإعلامية الثلاثة بالنسبة للمحور الأول (التعرض) : نجد ان التلفزيون هو أكثر الوسائل الإعلامية متابعه من قبل طلاب وطالبات الجامعات قيد البحث وذلك لأنه يلبي إحتياجات ومطالب جمهور المشاهدين فهو أكثر الوسائل جذباً للجمهور .

وبالنسبة للمحور الثاني (المعرفة) : نجد أن تأثير الوسائل الإعلامية الثلاثة منخفض ويدل ذلك على إنخفاض النتاج المعرفى الذى تقدمه تلك الوسائل وبالرغم من ذلك وجد أن التلفزيون هو أكثر هذه الوسائل تأثيراً فى معارف المتابعين من عينة البحث .

بالنسبة للمحور الثالث (المعتقدات) : نجد أن الوسائل الإعلامية قيد البحث تؤثر بشكل كبير على آراء المتابعين لها من عينة البحث ومعتقداتهم الرياضية ويتفوق فى ذلك التلفزيون والصحافة بشكل كبير أكثر من الإذاعة .

وبالنسبة للمحور الرابع (العادات) : نجد أن أكثر الوسائل الإعلامية تأثيراً هو التلفزيون حيث وضح انه يؤثر بشكل كبير فى عادات الأفراد كما أنه يعيد تشكيلها حيث أن العادات من الممكن إعادة تشكيلها وتغيرها كما سبق ذكر ذلك .

اما المحور الخامس (السلوك) : وجد ان أكثر هذه الوسائل تأثيراً هو التلفزيون وذلك ما تهدف اليه الثقافة الرياضية وهو المشاركة الإيجابية والتوجه نحو سلوك رياضى أو ممارسة رياضية يستفيد منها الفرد .

ومما سبق نجد ان التلفزيون هو أكثر وسيلة إعلامية تؤثر فى نشر الثقافة الرياضية ومكوناتها قيد البحث . ويرجع الباحث ذلك الى أن التلفزيون وسيلة إعلامية جذابة وذلك لاعتمادها على حاستى البصر والسمع وبالتالي نجد ان عنصر الإبهار يكون أكثر وأسهل تواجداً بالنسبة للوسائل الأخرى وهو ما يجذب الشباب لمتابعة هذه الوسيلة الإعلامية .

ويتفق ذلك مع محمد ضياء الدين (٤٥) حيث يشير الى أن الإنسان يحصل على معلوماته بنسبة ٩٠% عن طريق النظر و ٨% عن طريق السمع وبالتالي فالرسالة التى يتلقاها الفرد من خلال حاستى تثبت أكثر من الرسالة التى يتلقاها عن طريق حاسة واحدة .

كما يتفق ذلك مع حسام رفقى (١٦) بأن التلفزيون هو أهم وسيلة إعلامية تخاطب الجماهير وتتعامل مع ميول ورغبات المشاهدين وخاصة بما يتعلق بالمجال الرياضى .

ويتفق ذلك أيضا مع ما أشار إليه أمين الخولى (٩) إلى احتلال التلفزيون المرتبة الأولى لمصادر المعرفة الرياضية لطلبة وطالبات الجامعة ، ممارسين وغير ممارسين للرياضة وكذلك احتلال الصحافة مرتبة متوسطة بين التلفزيون والإذاعة كمصدر من مصادر المعرفة الرياضية .